P.O.S. Media GmbH · Postfach 110931 · 40545 Düsseldorf · Pressesendung G 50360 · 21. Jahrg. · D € 3,25; A € 3,35; CH sfr. 5,–

CE&TRADE
digitalMarkt
Oktober 2023
www.ce-trade.de

Erstes LUMIX-G-Modell mit Phasen Detections AF-Technologie: Beste Bildqualität und satte Farben

LUMIX G9II mit neuem 25,2 Megapixel-Sensor

Blick zurück auf die vergangene IFA: Fotofans kamen kaum auf ihre Kosten. Wer von uns kann aus dem Stegreif eine der wichtigeren neuen Kameras jetzt und sofort beim Namen nennen? Umso mehr ist Panasonic mit seiner Fotokamera-Premiere aufgefallen.

Die Lumix G9II kommt mit einem neu entwickelten 25,2 Megapixel Sensor daher und als erste Lumix mit besonders raffinierter Scharfeinstellung. Darüber hinaus bietet die Kamera einen Hochgeschwindigkeits-Serienbildmodus, der dafür sorgt, dass die entscheidenden Momente in bester Qualität festgehalten werden. Dank neuem 25,2-Megapixel-Live-MOS-Sensor und ebenfalls neu entwickeltem Bildprozessor entstehen Aufnahmen mit satten, natürlichen Farben, während der Phasen Hybrid AF eine präzise Scharfeinstellung und eine schnelle Verfolgung von sich bewegenden Motiven ermöglicht. Auch nicht schlecht: Serienaufnahmen mit 60 Bildern pro Sekunde sowie Pre-Burst-Aufnahmetechnologie, die bis zu 1,5 Sekunden vor dem Auslösen beginnt, mehr als 110 Aufnahmen hintereinander machen kann und so dafür sorgt, dass auch bei sich dynamisch bewegenden Motiven immer der alles entscheidende Moment eingefangen wird.

Das beliebte Bildstabilisierungssystem der Lumix G9 wurde weiter verbessert und kombiniert den 8-stufigen B.I.S. (Body Image Stabilizer), den 7,5-stufigen 5-Achsen Dual I.S. und den fortschrittlichen Active I.S. für eine äußerst wirksame Videobildstabilisierung. Zusammen bieten diese Funktionen eine noch bessere Unterstützung für Handheld-Aufnahmen von dynamischen Szenen, die bisher nur schwer zu realisieren waren. Mit dieser digitalen spiegellosen Kamera der nächsten Generation möchte Panasonic auf die Bedürfnisse von Kreativen eingehen, die nach originären Ausdrucksmöglichkeiten suchen, die über die Grenzen der Fotografie und Videografie hinausgehen.

Hilfreich dabei ist eine neue KI-gestützte Erkennungstechnologie (entwickelt mit Deep-Learning-Technologie) für die Autofokus-

Erkennung in Echtzeit, die jetzt auch Autos, Motorräder und Tieraugen erkennt und so die schnelle Motiverkennung nochmals deutlich verbessert. Bei der G9II wurde aber nicht nur die Bildaufnahme-Hardware verbessert, auch am Gehäuse wurden zahlreiche Änderungen vorgenommen. Genauer gesagt ist vom Gehäuse der bisherigen G9 kaum mehr etwas übrig geblieben. Die G9II tritt im Gehäuse der Vollformatmodelle Lumix DC-S5II und DC-S5IIX auf – eine Magnesiumlegierung, die Abdichtungen halten Staub und Spritzwasser vom Inneren fern.

Gegenüber der Panasonic Lumix DC-G9 wurde das Design deutlich verändert, für die Lage der Bedienelemente gilt dies ebenso. Während die G9 ein Kontrolldisplay besitzt, ist dieses bei der G9II nicht mehr vorhanden. Das Display der G9II weist mit einer Diagonalen von 3,0 Zoll die bekannten Abmessungen auf, die Auflösung fällt mit 1,84 Millionen Subpixeln aber höher als bei der G9 (1,04 Millionen Subpixel) aus. Für die Sucher gibt Panasonic die identische Auflösung (3,68 Millionen Subpixel) an, die Vergrößerung ist bei der G9II mit 0,8-fach aber etwas geringer als beim Vorgänger G9 (0,83-fach).

Alles in allem zeigt sich die Lumix G9II als eine der wenigen interessanten Kameraneuheiten mit wichtigen, auf den ersten Blick verborgenen Technikverbesserungen in diesem Fotoherbst.

www.panasonic.de

Panasonic

See it all

Feel it all

Heimkino der neuesten Generation

Entertainment pur mit dem OLED Flaggschiff der LZW2004-Serie*. Erleben Sie Filme, Fernsehen, Sport und Gaming mit unserer Panel-Technologie der nächsten Generation. Detailreichtum und Präzision, erhöhte Helligkeit, Array-Lautsprecher für punktgenauen Sound und HDMI 2.1-Gaming setzen neue Maßstäbe. Perfekt in Kombi mit dem Ultra HD Blu-ray™ Player UB9004.

THE CHOICE OF FILMMAKERS

*65″ und 55″ mit MASTER OLED PRO.
Energieeffizienzklasse: G [Skala A bis G].

panasonic.de/heimkino

ULTRA HD Blu-ray

Unternehmen

Consumer Electronics

Axing 4
Computacenter 4
Dolby 9
Hisense 8, 16
JBL 13
LG 8, 10
Loewe 12
Medisana 4
Metz 15
Panasonic 14
Samsung 8
SAP 4
Sony 15
Suntastic 4
Sylvox 8
Technics 9

Foto/Digital Imaging

Aqipa 19
E-Passfoto 17
Fujifilm 18
Leica 17
Nikon 18
OM System 18
Sony 19
Wertgarantie 4
Xiaomi 17

Personen

Consumer Electronics

Sabine Bendiek 4
Roberto Cataneo 6
Bernd Charpentier 4
Thilo Dröge 4
Anja Klein 4
Falk Hanke 4
Thomas Hollefeld 4
Aslan Khabliev 7
Udo Knauf 6
Benedict Kober 6
Norbert Kotzbauer 15
Mathias Krause 7
Sascha Lange 7
Reiner Louis 4
Philipp Maurer 7
Dr. Stefan Müller 6
Jochen Pohle 4
Burkhard Schieb 4
Daniel Schiffbauer 7, 11
Sühel Semerci 6
Marius Stoica 6
Karl Trautmann 6
Gina Vargiu-Breuer 4
Jakob Weiss 4

Foto/Digital Imaging

Magnus Ekerot 4
Oliver Klinck 4
Ch. Müller-Rieker 4
Meredith Whittaker 4

Panasonic OLED mit Fire-TV Betriebssystem – analoges, digitales und Streaming TV mit einem Bedienkonzept. Der neue Panasonic Fire-TV macht den Wechsel zwischen den unterschiedlichen Plattformen und das Suchen von Programmen jetzt ganz einfach. Seite 14

Hisense Laser-Projektor – mit einer frei wählbaren Diagonale zwischen 90 und 130 Zoll bietet der Ultra-Kurzdistanzprojektor PX3-PRO Freiheit bei der Positionierung. Seite 16

Daniel Schiffbauer – der LG-Manager im Interview zur Stimmung auf der IFA und der des Handels. Außerdem seinen Erwartungen für das anstehende Saisongeschäft. Seite 11

Consumer Electronics

LG: Handel auf der IFA begeistert 10
LG: Entertainment to go 11
LG: Daniel Schiffbauer zur IFA 2023 11
Loewe: Große Werbekampagne 12
Sony: OLED jetzt noch heller 13
JBL: Lautsprecher im Retrodesign 13
Panasonic: Fire-TV OLED 14
Metz: Jubiläums-TV mit 85 Monaten Garantie 15
Hisense: Neue Laser-Projektoren 16

Foto / Digital Imaging

Xiaomi und Leica: Smartphones mit Summicron 17
E-Passfoto: Die Arbeitsgemeinschaft ist bereit 17
Fujifilm GFX100 II: Große Modellpflege 18
Nikon Z f: Vollformat im Retro-Kameradesign 18
OM System TH-7: Neuer Name, robust wie immer 18
Sony: 2 x Alpha mit Vollformat 19
GOPRO HERO12: Über Stock und Stein mit 4K 19

Wirtschaft

Personen 4
Zielscheibe 5
Impressum 5
IFA 2023: Stimmen und Meinungen 6

Meinungen zur IFA – wir haben die Manager einiger Firmen zu ihren IFA-Eindrücken befragt. Seite 6

OM System TG-7 – dass neue Kameras im allseits bekannten Olympus-Design fortan unter der Marke „OM System" vorgestellt werden, daran müssen sich die nicht wenigen Olympus-Fans rund um den Globus erst noch gewöhnen. Wir hoffen das Beste. Auch die TG-7, jetzt sinnvoll modifizierte Abenteuer-Sucherkamera, trägt das neue Logo. Seite 18

Zippert

In Deutschland werden weltweit und wahrscheinlich sogar milchstraßenweit die meisten E-Bikes verkauft und, man muss es befürchten, auch gefahren. Wie kann man dieses Phänomen soziologisch und psychiatrisch einordnen? Warum wollen Deutsche, wie Lemminge, massenhaft, auf einem elektrisch unterstützten Fahrrad sitzend, dem wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Abgrund entgegenrasen? Eine simple Erklärung wäre: Anders schaffen sie es nicht. Aber Erklärungen dürfen niemals einfach sein, deshalb versuchen wir es komplexer: wir leben in einem elektrischen Zeitalter, elektrische Zahnbürsten, elektrische Aale, elektrische Intelligenz, elektrische Wärmepumpen, elektrische Schreibmaschinen und elektrische Automobile dominieren unseren Alltag. Ohne Ohm gibt's keinen Strom, und da will der deutsche Fahrradfahrer nicht hinter das Hauptfeld zurückfallen. Die Folgen sind absehbar: Die deutschen Muskeln verkümmern, zum Aufladen von zig Millionen E-Bikes brauchen wir Zehntausende von Windrädern, und am Ende dieser verhängnisvollen Entwicklung steht dann der elektrisch betriebene Fußgänger.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

Zitiert

„Nach außen geben die Chefs vor, dass Google eine Suchmaschine zur Verfügung stellt und weitere Tools baut, die den Menschen nutzen. Tatsächlich ist Google aber ein Überwachungsunternehmen, das sich als Serviceunternehmen für die Verbreitung von Wissen tarnt." Die frühere Google-Mitarbeiterin und heutige Signal-Chefin **Meredith Whittaker** warnt im „Freitag"-Interview vor der Datensammelwut großer Tech-Konzerne.

„Es ist wichtig, die unterschiedlichen Perspektiven beim Einsatz und bei der Weiterentwicklung zu berücksichtigen und einen offenen Dialog mit den Anwendern zu führen, um das volle Potenzial von KI in der Fotografie zu entfalten. Die Möglichkeiten sind vielfältig und die Branche ist aufgefordert, diese neue Technologie den Anwendern zur Verfügung zu stellen und sie weiterzuentwickeln, um die fotografische Kreativität und Qualität zu fördern", **Christian Müller-Rieker**, geschäftsführender Vorstand des Photoindustrie-Verbandes.

Der zu Jahresbeginn von Bosch gekommene Vorstandschef **Magnus Ekerot** machte das ehemalige Gigaset-Management für die Probleme – kürzlich angemeldete Insolvenz in Eigenverwaltung – verantwortlich: Es sei in den letzten Jahren nicht gelungen, den Rückgang im Kerngeschäft mit Schnurlostelefonen zu kompensieren. Diese „ungesunde und einseitige Geschäftsausrichtung" habe zur Schieflage beigetragen.

Süddeutsche Zeitung

„Mit dem Start von eBay Lokal gehen wir nun einen weiteren signifikanten Schritt, um eBay noch relevanter für die Konsument*innen zu machen, denn: Produkte in der eigenen Umgebung erwerben zu können und lokale Händler*innen und Communities zu unterstützen, ist vielen Verbraucher*innen wichtig", so **Oliver Klinck**, Geschäftsführer von eBay in Deutschland.

MEDISANA

Burkhard Schieb ist neuer Sales Director DACH bei medisana. Der erfahrene Vertriebs- und Marketingexperte übernimmt die direkte Nachfolge von **Anja Klein**, die nach zehn Jahren auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausscheidet, um neue berufliche Herausforderungen anzunehmen. Schieb wird den Bereich Retail DACH leiten und direkt an **Thomas Hollefeld**, Geschäftsführer medisana, berichten.

SAP

Gina Vargiu-Breuer wurde zum 1. Februar 2024 als Chief People Officer und Arbeitsdirektorin in den SAP-Vorstand berufen; sie tritt die Nachfolge von **Sabine Bendiek** an, die das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Dezember 2023 verlässt. In ihrer neuen Funktion wird Vargiu-Breuer die HR-Organisation leiten und die Transformation der SAP-Personalstrategie weiter vorantreiben.

AXING

Falk Hanke hat bei der Axing AG zum 1. September 2023 die Rolle des Vertriebsmitarbeiters für das Projekt- und Systemgeschäft im Hospitality- und Netzbetreiberbereich übernommen. Er wird seine Tätigkeit auf das DACH-Gebiet konzentrieren. Falk Hanke bringt langjährige Branchenerfahrung mit; sein technisches Wissen und Vertriebsexpertise sollen zum Ausbau dieses Geschäftsbereichs beitragen.

SUNTASTIC

Jakob Weiss wurde von der suntastic. solar Unternehmensgruppe zum Geschäftsführer der PV-Projekte GmbH ernannt. Neben seiner bereits erhaltenen Prokura in der suntastic.solar Handels GmbH wird Weiss damit die Leitung des separaten Unternehmens übernehmen. Weiss trat 2021 als Leiter der Planungsabteilung bei suntastic.solar ein und hat seitdem maßgeblich zum Wachstum und Aufbau der Abteilung beigetragen.

COMPUTACENTER

Bernd Charpentier wird Sprecher der Geschäftsführung und Country Head von Computacenter Deutschland. Im Januar 2024 wird er die Rolle von **Reiner Louis** übernehmen, der bereits seit Beginn 2023 die globale Professional-Services-Organisation bei Computacenter leitet. Die Übergabe der Verantwortung wird sukzessive im Laufe des Jahres erfolgen. Charpentier ist seit über 25 Jahren bei Computacenter.

Wertgarantie

Die Wertgarantie war mit ihrem „Wertgiganten", dem Objekt- und Aktionskünstler **HA Schult**, vom 20. bis 22. September 2023 bei der EK Live vor den Messehallen in Bielefeld. „Unsere Mission hieß ‚Reparieren statt Wegwerfen', und das ist angesichts der unvorstellbaren Mengen an Elektroschrott, die allein in Deutschland anfallen, dringend geboten", so Wertgarantie-

Geschäftsführer **Thilo Dröge**. Nach einer vom Unternehmen in Auftrag gegebenen repräsentativen Studie entsteht hierzulande etwa alle 1,5 Minuten eine Tonne Elektroschrott. Anlass für die Hannoveraner, mit der imposanten Elektroschrott-Skulptur „Wertgigant", die als Symbol der heutigen Wegwerfmentalität eben dieses Gewicht auf die Waage bringt, ein nachdrückliches Statement abzugeben. Auch EK Vorstand

Jochen Pohle, der als CRO für das Geschäftsfeld EK Home verantwortlich ist, sieht im Wertgiganten ein Mahnmal für den verantwortungsvollen Umgang mit Elektrogeräten: „Uns liegt das Nachhaltigkeitsthema ebenfalls sehr am Herzen. Dabei kommt es darauf an, sämtliche Aspekte wie Materialien, Herstellungsprozess, Qualität und Wirtschaftlichkeit, aber auch Reparaturfähigkeit und Entsorgung zusammenzudenken. Unsere Zusammenarbeit mit Wertgarantie trägt dieser Idee Rechnung."

www.wertgarantie.com

IFA 2023: Sie konnte weder Print-, Internet- oder TV-Medien begeistern

Im kommenden Jahr will die IFA, ehemals Internationale Funkausstellung, ihr 100jähriges feiern. In elf Monaten soll es auf dem Berliner Messegelände ein großes Fest geben. Dazu sollte die IFA 2023 Anfang September sozusagen die Generalprobe sein. Nun ist es eine alte Theater-Weisheit, geht die Generalprobe schief, wird die Premiere ein großer Erfolg. Sollte dies wirklich stimmen, dann toi, toi, toi, wird die IFA im kommenden Jahr ein riesiger Erfolg. Denn die Generalprobe in diesem Jahr war trotz aller Lobeshymnen der Veranstalter ein eher schwaches Ereignis.

So haben es wohl auch die Journalisten empfunden. Das Medienecho im Print sowie im TV war äußerst mager und beschränkte sich auf ein bis zwei Neuheitenmeldungen. So Focus mit einem chinesischen Hersteller von Staubsaugern. Überhaupt waren Staubsauger der Hit auf dem Berliner Messegelände. So titelte Thomas Kuhn in der WirtschaftsWoche „Die IFA lebt noch – dank Saugrobotern aus China“. In der Welt „hofft die Branche auf bessere Zeiten“ und in der FAZ brachte es nur der Kleider-Erfrischungsschrank von Miele zu einer Kurzmeldung. Es ist den Messemachern rund um Oliver Merlin, den der neue gfu-Partner Clarion von London an die Spree geschickt hatte, nicht gelungen, die Medien zu begeistern. Für eine gute Vorberichterstattung ebenso wenig, wie für Berichte direkt von der Messe.

Bei der Eröffnungs-Pressekonferenz verkündeten Oliver Merlin, Boss der neu gegründeten IFA Management Gesellschaft, und Dr. Sara Warneke, Managing Director der gfu, freudig, die Messe sei ausverkauft. War sie das wirklich? Halle 26 war abgeschlossen, und rund um den Funkturm waren neun Hallen für Global Markets reserviert. Also OEM- und Komponenten-Anbieter, die 2019 noch ausgelagert waren. Dies lässt den Schluss zu, die IFA 2023 war nicht ausverkauft!

Ist die IFA für so manche Unternehmen uninteressant geworden? Es fehlten die Mobilfunkanbieter, die ehemals ganze Hallen in ein Spektakel, besonders für junge Besucher, verwandelt hatten. Über Jahrzehnte hinweg hatte Philips die Halle 22 belegt, diesmal fehlten die Niederländer und all ihre neuen Marken-Satelliten. Sony, ehemals einer der ganz großen Player, teilweise sogar mit zwei Hallen, stellte nicht aus und war nur zur Information im Händlerbereich vertreten. Viele werden sich auch noch an die Harman-Zeltstadt unter dem Funkturm erinnern, doch auch hier öde Leere. Für seine Präsentation hatte Harman-Kardon zwei Stockwerke in einem ehemaligen Parkhaus in der Kantstraße belegt, das auch das Berliner Stilwerk beherbergt. Panasonic war zwar in Berlin, auch in unmittelbarer Nähe der Messe und gehörte trotzdem nicht zu den Ausstellern. Panasonic hatte sich im Hub eingemietet, war nur für den Fachhandel zugänglich, und der konnte sogar ohne Messekarte die ausgestellten Geräte besichtigen und seine Gespräche führen.

Die Messe hat sich deutlich gewandelt. TV ist in den Hintergrund getreten, Audio fand so gut wie nicht statt, von HiFi ganz zu schweigen; nur Yamaha mit seinen Untermarken hatte sich noch dem perfekten Sound verschrieben. Dominierend waren asiatische Unternehmen mit Produkten, die wohl nur schwer den Weg in den deutschen Fachhandel finden dürften. Neben dem Tsunami an Staubsaugern und Saug-Robotern, Thomas Kuhn bezeichnete die IFA als „Europas wohl größte Messe für Bodenpflege-Technik“, war Mobility ein Thema. E-Fahrräder und E-Motorräder wurden reichlich gezeigt. Ebenso war Solar ein Thema. Stellt sich die berechtigte Frage, muss der Fachhandel seine Sortimentsstruktur überdenken?

Es wird eine Herkules-Aufgabe für Leif-Erik Lindner, den neuen Chef der IFA Management GmbH, die IFA 2024 auf den richtigen Kurs zu bringen. Die IFA in diesem Jahr hat sehr viel ihrer ehemaligen Attraktivität verloren. Bleibt zu hoffen, dass die diesmal in tristem Schwarz gestrichenen übergroßen IFA-Buchstaben kein Omen sind. Dr. Norbert Kotzbauer, Geschäftsführer Metz, brachte es auf den Punkt: „Es hat sich gezeigt, wie sehr die IFA organisatorischer und struktureller Änderungen bedarf, die schnellstens Früchte tragen müssen, damit die IFA auch nach dem Jubiläum nächstes Jahr ihre Funktion als Leitmesse weiterhin erfüllen kann.“

Wir wünschen Leif-Erik Lindner viel Glück und Erfolg
Peter Lanzendorf

Verlag
P.O.S. Media GmbH
Postfach 110932, 40509 Düsseldorf
Telefon + 49 211 8284700
ce.info@ce-trade.de
www.ce-trade.de
www.hometec.de
Chefredaktion
Peter Lanzendorf
Consumer Electronics, Home Appliances
peter.lanzendorf@ce-trade.de
Volker Wachs
Foto + Digital Imaging
Energie+Licht
volker.wachs@ce-trade.de

Redaktion Österreich
Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at
Redaktion Schweiz
Martin Sigrist
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrist@ce-trade.ch
Autoren in dieser Ausgabe
Hans Zippert, Orion Dahlmann
Grafik und Layout
Grit Röscher, Grenzach
www.werbewerkstatt-roescher.de

Für das Schreiben und die bessere Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen sowie einzelnen Hauptwörtern oft die männliche Variante verwendet. Die Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung immer für alle Geschlechter; die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom
1. Januar 2023
Erscheinungsweise
9 Ausgaben p. a.
Abonnement
Jahresabonnement 27,- Euro
Druck
druckriegel GmbH, Frankfurt
Haftung
Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos oder Datenträger wird keine Haftung übernommen. Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit.
Urheberrecht
Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, Vervielfältigung sowie Speicherung (auch auszugsweise) sind ohne schriftliche Genehmigung des Verlages nicht gestattet.
Verbreitete Auflage
12.245. 4. Quartal 2022
Verkaufte Auflage
8.250. 4. Quartal 2022
Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Düsseldorf

WAR DIE IFA 2023 EINE ERFOLGREICHE MESSE?

Wir fragten Industrie und Kooperationen

Michael Geisler, Geschäftsführer **Electrolux Hausgeräte** GmbH Deutschland und Österreich: „Die IFA 2023 bot den perfekten Rahmen für die Präsentation unserer neuen AEG Ecoline und der Weltpremiere des AEG SaphirMatt Induktionskochfeldes mit kratzfestem Glas. Das Feedback unserer Handelspartner:innen und Konsument:innen war überwältigend – sowohl in Bezug auf unsere Innovationen als auch auf unseren wunderschönen Messestand. Die vielen positiven Rückmeldungen zeigen uns, dass wir mit unseren nachhaltigen Produkten einmal mehr den Nerv der Konsument:innen treffen."

Marius Stoica, Geschäftsführer der **Beko Grundig** Deutschland GmbH: „Die IFA 2023 war für uns ein voller Erfolg. Die Atmosphäre war fantastisch, die Resonanz auf unsere Innovationen und Neuheiten war überwältigend – sowohl von unseren Geschäftspartner:innen als auch von der Presse und Konsument:innen. Besonders gut kamen bei Grundig z. B. die neue FineArts TV-Serie oder auch die AI-Sense Waschmaschine an, bei Beko die neue Technologie Energy Spin für noch energieeffizienteres Waschen. Die Besuchsfrequenz an unserem Stand war hoch, u. a. durften wir den Regierenden Bürgermeister von Berlin, Kai Wegner, begrüßen! Wir haben eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig uns Nachhaltigkeit und Qualität sind! Daran knüpfen wir 2024 an."

Roberto Cataneo, **Blaupunkt** (CEO der Globaltronics GmbH & Co. KG): „Es war schön, in diesem Jahr wieder in Berlin mit dabei zu sein, und wir nehmen viele wertvolle Eindrücke und wichtigen Input aus unseren Gesprächen vor Ort mit. Wir haben auf der IFA 23 erstmals unsere neue Serie an Audio Living Produkten dem breiten Publikum präsentiert, und das zahlreiche positive Feedback der Kunden wie auch unserer Geschäftspartner liefert uns spannende Indizien für die Markteinführung der Produkte."

Harald Friedrich, Executive Vice President **BSH Hausgeräte**: „Mit dem heutigen Ende der IFA 2023 sagen wir Danke! an alle Händler, Medien und Konsument:innen, die uns in diesem Jahr in Halle 1.1. besucht haben. Unser Ziel als Europas Marktführer ist es, die Lebensqualität der Menschen in ihrem Zuhause zu verbessern - die IFA ist für uns eine großartige Informationsplattform, auf der wir dies auch 2023 wieder unter Beweis stellen können. Auf den Ständen unserer starken Marken Bosch und Siemens haben wir in den letzten Tagen beeindruckende Präsentationen gesehen und führende Innovationen bei unseren Produkten. Bei den vielen Gesprächen wurde klar: Insbesondere die Gerichterkennung bei unseren Backöfen, die neuen XXL Kühlgeräte und unsere neue breite Range an Geschirrspülern, mit rund 40% der Varianten in den sparsamsten Energieklassen A und B, kamen bei den Besuchern besonders gut an."

Marius Stoica, Beko/Grundig: „Die IFA war für uns ein voller Erfolg."

Harald Friedrich, BSH Hausgeräte: „Die IFA ist eine großartige Informationsplattform."

Sühel Semerci, Hisense Gorenje: „Auf der IFA konnten wir unsere ambitionierten Ziele sehr gut kommunizieren."

Sean Chen, Managing Director WEU, **Dreame: „**Wir haben bewusst hier in Berlin unsere Weltneuheit präsentiert, die patentierte ‚Mop-Extend-Technologie' . Diese Innovation befähigt unseren DREAME L20 Ultra, Fußböden wesentlich tiefer in die Ecken und Ränder hinein zu reinigen, als Geräte dieser Art es bisher leisten konnten. Die Resonanz auf unsere Entwicklung ist überwältigend, und die IFA hat uns deutlich gezeigt, dass der europäische Markt für KI-gesteuerte Saug- und Wischroboter auch im Premiumsegment absolut reif ist."

Karl Trautmann, Vorstand **ElectronicPartner:** „Für die Verbundgruppe ElectronicPartner war die IFA auch in ihrem 99. Jahr wieder eine wichtige One-to-many-Chance: Hier trifft sich die Branche zum persönlichen Austausch – kompakt, intensiv und interaktiv. Die Reise nach Berlin hat sich für unsere nationalen und internationalen Mitglieder, Franchisepartnerinnen und -partner sowie für uns definitiv gelohnt. Mit vielen positiven Eindrücken fahren wir nach Hause und sind jetzt schon gespannt darauf, was uns erwartet, wenn die IFA 2024 in ihrem 100. Jahr wieder die Tore öffnet."

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands **EURONICS** Deutschland EG: „Die IFA 2023 war eine gelungene Generalprobe für das große Jubiläum im kommenden Jahr. Wir konnten zahlreiche EURONICS Mitglieder aus Deutschland und Europa bei uns am Stand begrüßen. Die Innovationen und vielfältigen Messeangebote werden für eine spürbare Belebung des Saisongeschäfts sorgen und zeigen eindrucksvoll das Engagement der Industrie für den gemeinsamen zukünftigen Erfolg. Ein weiteres Highlight war unser Currywurst Event, erstmalig auf der Dachterrasse der modernsten Messehalle Europas, das nicht nur als Networking Plattform diente, sondern auch für kreative Ideen für die Ausgestaltung des letzten Quartals sorgte. Alles in allem erkennen wir deutlich die Vorfreude auf nächstes Jahr, wenn es heißt - 100 Jahre IFA, das große Jubiläum."

Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender **expert** SE: „Für expert-Gesellschafter, Aussteller in der expert-Halle und die vielen Besucher werten wir die IFA 2023 als Erfolg. Unsere Händler und Aussteller haben die IFA erfolgreich genutzt, um sich in persönlichen Gesprächen über die neuesten Branchen-Entwicklungen auszutauschen. Von Virtual Reality über Spielwaren bis hin zu Balkonkraftwerken konnten sich die Besucher unserer Halle zudem live von den neuesten und zahlreichen Innovationen unserer Branche informieren. Ich bin zuversichtlich bezüglich der Entwicklung der IFA, an der sich expert in den nächsten Wochen und Monaten aktiv beteiligen wird, und freue mich jetzt schon auf die Jubiläums-IFA 2024 und alle weiteren in den kommenden Jahren."

Udo Knauf, Geschäftsführer **Telering** Marketing GmbH & Co. KG: „Ein Highlight der diesjährigen IFA war der Launch unserer onlinebasierten Technik-Profi-Plattform, die unseren Fachhändlern vor Ort qualitativ hochwertige Leads zuführt und auf sehr positive Resonanz stieß. Der intensive Austausch am Technik-Profi-Stand zwischen den Fachhändlern, dem Weltfunk-Großhandel und den Mitarbeitern der Telering-Zentrale sorgte für eine konstruktive Atmosphäre. Die IFA hat erneut gezeigt, wie wichtig persönlicher Kontakt und Interaktion sind."

Rogier Volmer, Cluster Leader Dach & Managing Director Deutschland der **Haier** Germany GmbH: „Ich freue mich, dass meine erste IFA-Erfahrung ein voller Erfolg war und unsere Erwartungen übertroffen hat. Im Rahmen der Ausstellung ‚Connect to Extraordinary' hatten wir das Vergnügen, eine Vielzahl von Besuchern aus Deutschland und der ganzen Welt zu begrüßen und unsere neuesten innovativen Lösungen und zukunftsweisenden Dienstleistungen vorzustellen, die das neue Zeitalter des Wohnens prägen. Die Gespräche mit unseren Kunden waren besonders bereichernd und lieferten wertvolle Erkenntnisse, die uns dabei helfen werden, intelligente und vernetzte Wohnerlebnisse zu schaffen. Darüber hinaus haben die offenen Diskussionen mit unseren Partnern unsere Beziehungen weiter gestärkt und eine solide Grundlage für künftige Kooperationen geschaffen, was das positive Ergebnis unserer Bemühungen auf der Messe unterstreicht. Wir freuen uns darauf, auf diesem Erfolg aufzubauen und unseren geschätzten Kunden, Partnern und Verbrauchern weiterhin außergewöhnliche Erlebnisse zu bieten."

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

Sühel Semerci, Executive Vice President **Hisense Gorenje** Germany GmbH: „Unser IFA-Fazit fällt mehr als positiv aus. Wir haben mit unserem Auftritt als Lead-Partner der diesjährigen IFA ein echtes Statement gesetzt! Die Messe hat uns eine ideale Plattform geboten, auf der wir Hisense und Gorenje als starke Marken präsentieren und unsere ambitionierten Ziele kommunizieren konnten."

Horst Nikolaus, Geschäftsführer der **JURA Elektrogeräte** Vertriebs-GmbH: „Noch nie hatten wir so viele aufregende Innovationen im Gepäck wie in diesem Jahr – unter anderem die J8 twin, die Z10 in der luxuriösen Farbvariante Midnight Blue und die X10 für den Professional-Bereich. Doch nicht nur unsere Neuheiten standen im Mittelpunkt. Der JURA-Stand war sowohl für Fachhandelspartner, Medienvertreter als auch Endverbraucher ein beliebter Treffpunkt für exzellenten Kaffeegenuss. Kurzum: Unser Messeauftritt war ein Erfolg auf ganzer Linie, was uns und unsere Fachhandelspartner motiviert auf das Weihnachtsgeschäft blicken lässt."

Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment, **LG Electronics: „**Bei unserem Auftritt in Halle 18 erfuhr unser Sustainable Cottage an der nahezu idealen Auslastungsgrenze ein exzellentes Feedback, während der wunderbar geschmackvoll gestaltete Händlerbereich, obwohl großzügig gestaltet, selbst permanent unter Volllast, beste Gespräche erlaubte. In der spannenden Anbahnung an den 100. Geburtstag der IFA waren die Gespräche mit unseren Kunden wie immer das absolute Highlight. Der Wert der IFA als Event ist für uns sprichwörtlich unersetzlich."

Steffen Nagel, Managing Director, Sales & Marketing, **Liebherr Appliances**: „Immer zu Beginn des ersten Messetages macht sich eine spannungsvolle Vorfreude breit: Endlich wieder IFA! Auch in diesem Jahr hat sich bestätigt, wie bereichernd der persönliche Austausch in diesem inspirierenden Umfeld ist. Gleichzeitig freuen wir uns über das überwältigende Feedback, das wir zu unseren energieeffizienten und hochwertigen Neuheiten erhalten haben. Diese wertvollen Eindrücke nehmen wir aus Berlin mit und stecken sie in unsere weitere Arbeit für unsere Kundinnen und Kunden."

Aslan Khabliev (CEO **Loewe Technology** GmbH): „Die Verbindung zwischen Loewe und der IFA hat für uns eine lange Tradition, passend zu unserem 100-jährigen Firmenjubiläum haben wir diese Tradition 2023 mit zwei Standorten am Messegelände neu aufleben lassen: Mit dem Individualisierungskonzept Loewe iconic collection und Neuheiten aus den Bereichen TV & Audio, wie dem neuen Loewe Multiroom Amplifier, konnten wir viele Partner und Kunden begeistern. Die IFA 2023 war ein voller Erfolg für uns – wir freuen uns auf das anstehende 100-jährige Jubiläum der IFA in 2024."

Dr. Norbert Kotzbauer, Geschäftsführer **Metz Consumer Electronics** GmbH: „Für Metz war die IFA in diesem Jahr sehr erfolgreich, weil wir unsere Metz-spezifischen Themen gut spielen konnten. Mit unserer Pressekonferenz zum 85-jährigen Firmenjubiläum und echten Messehighlights wie z. B. unserem Jubiläumsmodell mit 85 Monaten Garantie haben wir den Nerv der Händler und der Endkunden getroffen. Unser IFA-Auftritt mit einem großzügig dimensionierten Händlerbereich und einer einladenden Endkundenpräsentation hat viele Besucher begeistert und die Fahne für eine IFA hochgehalten, die für die Industrie als Leitmesse unverzichtbar ist. Auf der anderen Seite hat sich gezeigt, wie sehr die IFA organisatorischer und struktureller Änderungen bedarf, die schnellstens Früchte tragen müssen, damit die IFA auch nach dem Jubiläum nächstes Jahr ihre Funktion als Leitmesse weiterhin erfüllen kann."

Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter **Miele & Cie. KG**: „In Summe sind wir bei Miele mit dieser IFA zufrieden. Zwar lag die Zahl der Besucherinnen und Besucher aus dem Fachhandel leicht unter Vorjahr, wobei pro Händler oft weniger Personen nach Berlin gereist waren. Auch international, insbesondere aus Europa, waren weniger Besucherinnen und Besucher zu verzeichnen. Die Gespräche waren dennoch sehr gut und die Auftragseingänge vielversprechend. Die Stimmung im Team und bei unseren Gästen war positiv bis herausragend. Kurz gesagt, es hat Spaß gemacht, wieder in Berlin zu sein. Ein persönliches Highlight waren die begeisterten Feedbacks zu unserem Wäschepflegeschrank Miele Aerium, einer für uns neuen Produktkategorie. Nun freuen wir uns auf das nächste Jahr, wenn es heißt „100 Jahre IFA" – und „125 Jahre Miele".

Philipp Maurer, Country Manager DACH | **Panasonic: „**Unter dem Holistic Wellbeing Konzept – unserer Vision für das Wohl der Menschen, der Gesellschaft und der Natur – hat Panasonic auf der IFA 2023 mit einem konsequent reduzierten ökologischen Fußabdruck überzeugt. Unser umfassendes Produktportfolio konnte Fachbesucher, Presse sowie Multiplikatoren im HUB27 begeistern. Wir ziehen eine sehr erfolgreiche Bilanz der diesjährigen Messe und sehen der IFA im Jubiläumsjahr 2024 positiv und mit Spannung entgegen."

Horst Nikolaus, Jura: „Unser Messeauftritt war ein Erfolg auf der ganzen Linie."

Daniel Schiffbauer, LG: „Die IFA ist für uns sprichwörtlich unersetzlich."

Philipp Maurer, Panasonic: „Wir ziehen eine erfolgreiche Bilanz und sehen der IFA im Jubiläumsjahr 2024 positiv und mit Spannung entgegen."

Lorna Brown, VP Marketing, Europe – **SharkNinja: „**Diese IFA war die bisher größte von SharkNinja. Wir haben neun innovative Produkte für die EMEA-Region auf den Markt gebracht: Shark Clean, Shark Beauty, Ninja Kitchen und Ninja Outdoor. Über 100 Journalisten haben den Stand besucht, und wir haben zahlreiche Best-in-Show-Produktauszeichnungen erhalten. SharkNinja begrüßte auch Einzelhandelspartner aus ganz Europa und wir sind gespannt auf das, was als nächstes kommt!"

Sascha Lange, Vice President Marketing and Sales **Sharp Consumer Electronics** Deutschland GmbH: „Es war gut, wieder auf der IFA zu sein und diese ‚multifunktionale' Kommunikationsplattform vollumfänglich zu nutzen. Unsere Erwartungen wurden voll und ganz erfüllt, und wir haben uns wie immer sehr wohlgefühlt. Wir konnten unsere wichtigsten Kunden und Medienvertreter willkommen heißen und gemeinsam in ‚die Zukunft schauen'.wir hoffen, dass die IFA den eingeschlagenen Weg fortsetzt und im nächsten Jahr zum runden Geburtstag einen weiteren Sprung nach vorne macht."

Michael Mehnert, Geschäftsführer **Siemens Hausgeräte** Deutschland: „Mit dem Verlauf der diesjährigen Messe und der Resonanz des Publikums sind wir insgesamt zufrieden. Die IFA hat sich als jährliches Gipfeltreffen von Industrie, Handel und Medien weiterhin bewährt. Für uns ist sie auch immer wieder eine willkommene und schöne Gelegenheit, unsere zahlreichen nationalen und internationalen Handelspartner zu treffen und mit ‚Innovationen zum Anfassen' für unsere Marke zu begeistern."

Mathias Krause, Manager Sales & Marketing Germany & Austria, **Yamaha Music** Europe GmbH: „Wir blicken insgesamt positiv auf die IFA 2023: Bei unserem Messekonzept stellen wir ein hochwertiges Produkterlebnis und die passende Fachberatung in den Mittelpunkt. Zudem haben wir erstmals eine Fläche dem neuen Gaming-Segment gewidmet. Dieses Konzept ging insbesondere am Wochenende auf. Darüber hinaus waren wichtige Retail-Entscheider in unserem Händlerzentrum. Das gemeinsam mit Dolby ausgerichtete Event mit Comedian und Heimkino-Fan Oliver Kalkofe war ein voller Erfolg. Auch, da wir es aufgeteilt und sowohl für Endkunden als auch für Geschäftspartner gestaltet haben."

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

League of Legends UltraGear Gaming Monitor
LG Monitor 27GR95QL limitierte Auflage

LG bringt mit dem Modell 27GR95QL einen UltraGear Gaming-Monitor in limitierter Auflage für League of Legends-Fans auf den Markt. Der Monitor verfügt nicht nur über ein brillantes 27-Zoll-OLED-Display mit einer schnellen Bildwiederholrate von 240 Hz, sondern auch über das charakteristische League of Legends-Design. Das zeigt sich sowohl auf dem Monitor als auch in den Menüs. Der League of Legends UltraGear Gaming-Monitor in limitierter Auflage ist das jüngste Beispiel für die starke Partnerschaft von LG mit Riot Games, dem Entwickler und Herausgeber von League of Legends. Das beliebte Multiplayer-Online-Battle-Arena-Spiel wurde erstmals 2009 veröffentlicht und hat heute die größte Fangemeinde im gesamten E-Sport-Bereich. Über 600 Millionen Fans haben League of Legends in den letzten zehn Jahren gespielt, monatlich liegt die Anzahl der Spieler bei durchschnittlich 180 Millionen.

Der 27GR95QL wurde speziell für League of Legends-Enthusiasten entwickelt und eignet sich ideal für kompetitives Spielen. Er bietet eine großzügige 27-Zoll-Bildschirmgröße, eine hohe Bildwiederholrate und eine Reaktionszeit von 0,03 Millisekunden (GTG). Das OLED-Display mit QHD-Auflösung (2.560 x 1.440) unterstützt außerdem HDR10 und deckt 98,5 Prozent der DCI-P3-Farbskala ab. Auf diese Weise wird das Gameplay mit lebendigen, präzisen Farben, scharfen Details und hohem Kontrast zum Leben erweckt. Der limitierte UltraGear Gaming-Monitor von LG greift das typische Hextech-Design von League of Legends auf verschiedenen Gehäusekomponenten auf. Bekannte Symbole und Motive aus dem Spiel wurden auf der Rückseite des Monitors und auf der Vorderseite des Standfußes angebracht. Darüber hinaus wurden Symbole und Bilder aus dem Spiel in die Optionen- und Menüansichten des Monitors integriert. UVP 999 Euro.

Sylvox Individual-TV
Für Küche und Bad

Sylvox, Hersteller von Smart-TVs und Entwickler von Internet-Applikationen, bietet eine umfassende Auswahl an Fernsehern. Ob beim Grillen auf der Terrasse, beim Entspannen in der Badewanne, in der Küche oder beim Roadtrip mit dem Van. Dieser aufklappbare Küchenfernseher ist ideal, um sich ein Rezeptvideo oder die Lieblingsserie während des Kochens anzusehen. Der Bildschirm kann aus verschiedenen Winkeln gedreht werden und besitzt neben einer LED-Uhranzeige einen integrierten Timer. UVP 499 Euro.

www.sylvox.eu

Hisense ist Partner der UEFA EURO 2024
Mit Sportmarketing zum Markterfolg

Aller guten Dinge sind drei: Hisense verlängert seine strategische Partnerschaft mit der UEFA und wird zum dritten Mal in Folge Sponsor der UEFA EURO. Hisense erhält im Rahmen der Vereinbarung auch die Sponsorenrechte für die UEFA-Europa-Qualifikationsspiele 2023-24 und 2025-26, die Endspiele der UEFA Nations League 2025, die UEFA U21 EURO 2025, Finalissima 2024 und UEFA Futsal 2026. **Guy-Laurent Epstein**, UEFA Marketing Director, begrüßte die Verlängerung der Partnerschaft mit Hisense: „Ich bin begeistert, dass Hisense sein Engagement für den europäischen Fußball als offizieller Partner der UEFA EURO 2024 erneuert. Dies wird die dritte gemeinsame EURO in Folge sein. Die Technologien von Hisense tragen weiterhin dazu bei, den Fußball für Fans auf der ganzen Welt zugänglicher und das Erlebnis noch beeindruckender zu machen." Sportmarketing ist und bleibt ein Schlüssel für das globale Wachstum von Hisense und den Aufbau einer weltweiten Markenbekanntheit.

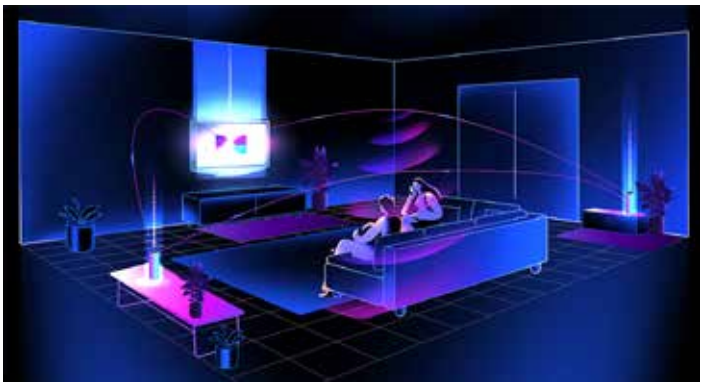
Highspeed microSD
Samsungs Schnellste

Mit einer Lesegeschwindigkeit von bis zu 200 MB/s und einer maximalen Schreibgeschwindigkeit von 130 MB/s werden Bilder, Videos und Games in einem bei mobilen Speichern beeindruckenden Tempo übertragen. Dank 6-fach Schutz vor Wasser, extremen Temperaturen, Röntgenstrahlen, Verschleiß, Stürzen und magnetischen Feldern sind die Daten weitestgehend gegen äußere Einflüsse resistent. Die microSD PRO Ultimate ist mit 128 GB, 256 GB und 512 GB verfügbar. Dank des mitgelieferten USB-Kartenlesers kann die microSD PRO Ultimate an alle gängigen PCs und Notebooks angeschlossen werden. UVP 128 GB 22,90 Euro, 256 GB 39,90 Euro, 512 GB 82,90 Euro.

Technics Grand Class SL-Plattenspieler

Nächste Generation der SL-1200-Serie

„Wir wollten die neuen GR2-Modelle auf der Grundlage des hervorragend beleumundeten, klassischen Technics Designs aufbauen – mit eisenkernlosem Direktantrieb und seiner herausragenden Umdrehungspräzision", so **Frank Balzuweit**, Senior Product Manager bei Technics Europa. „Wir haben uns bewusst daran orientiert, wie wir in jüngster Zeit die Signalqualität unserer digitalen Audiokomponenten verbessert haben. Besonderes Beispiel hierfür ist unser Referenz-Vollverstärker SU-R1000, der mittels komplexer digitaler Technologie analoge Schallplattenwiedergabe optimiert. Unser Ziel war es, die Technologie unseres Direktantriebs auf die nächste Stufe der Präzision zu heben. Dies ist uns gelungen, indem wir Motorvibrationen durch höchst innovative Maßnahmen effektiv reduziert haben. Ermöglicht wird dies durch die Optimierung der Motor-Ansteuerung via PWM-Signale über die sogenannte Delta-Sigma-Modulation, wie sie auch bei unseren volldigitalen Verstärkern zum Einsatz kommt", fügt Balzuweit hinzu. Die Qualität des Motorsteuersignals des neuen SL-1200GR2/SL-1210GR2 ist ein riesiger Sprung verglichen mit früheren Versionen. Wenn man in die 1970er Jahre zurückblickt, wurde seinerzeit die Sinuswelle des ansteuernden Signals durch einen analogen RF-Oszillator erzeugt, dessen Wellenform allerdings noch genügend Raum für Verbesserung der Drehzahlkonstanz übrigließ. Bei der Wiedergeburt des SL-1200 Plattenspielers im Jahre 2016 zog daher im neuen SL-1200GAE – zusammen mit dem entscheidend verbesserten Motor mit eisenkernlosem Stator – auch eine neue Technologie für die Motor-Ansteuerung ein, welche auf digitaler PWM-Signalerzeugung mittels eines Microcontrollers und eines Sinuswellen-ROMs basiert. Dies hatte einen enorm positiven Effekt auf die gesamte Umdrehungspräzision und half zudem, Motorvibrationen drastisch zu reduzieren. Doch selbst mit diesem Verfahren war die Sinus-Wellenform für die Motor-Ansteuerung noch immer nicht 100%ig akkurat. Die mechanische Konstruktion der neuen GR2-Modelle wurde zum größten Teil von seinem bewährten Vorgänger übernommen. Das enorm verwindungssteife und resonanzarme 2-schichtige Chassis aus Aluminium-Druckguss und BMC (Bulk Moulding Compound) wurde ebenso beibehalten wie der 2-schichtige Plattenteller aus Alu-Druckguss und schwerem, dämpfendem Gummi. Weiterhin verfügen die neuen Modelle über die bewährten S-förmigen Tonarme mit hoher Empfindlichkeit sowie die sehr effizienten Chassis-Dämpfungsfüße. Das optische Erscheinungsbild wurde behutsam modifiziert: Eine neue farbliche Harmonie aller Elemente mit dem Chassis sowie eine neue Oberflächenqualität verleihen der neuen GR2-Generation eine noch höhere Wertigkeit.



Dolby Atmos FlexConnect mit TCL-TV

Sound-System mit perfektem Raumklang

Dolby Atmos FlexConnect ist ein neues Feature, das das Soundsystem eines Fernsehers nahtlos mit kabellosen Zusatzlautsprechern verbindet, um ein noch umfassenderes und intensiveres Dolby Atmos Klangerlebnis zu ermöglichen. Anschließend wird der Klang auf intelligente Weise für jedes Raumlayout und jede Lautsprecherkonfiguration optimiert, sodass jeder Sitzplatz zum besten Platz im Wohnraum wird. TCL wird außerdem eine Reihe von kabellosen Lautsprechern auf den Markt bringen, die das kommende TV-Sortiment mit Dolby Atmos FlexConnect ergänzen. „Dolby Atmos FlexConnect ist eine völlig neue Erlebniskategorie, die den Verbrauchern die Freiheit und Flexibilität bietet, zu wählen, wie sie ihre Geräte anordnen wollen, und trotzdem ein großartiges, immersives Dolby Atmos Erlebnis zu erhalten", so **John Couling**, Senior Vice President, Entertainment, Dolby Laboratories. Dolby Atmos FlexConnect bietet die Freiheit, einen oder mehrere kabellose Lautsprecher überall im Raum zu platzieren, ohne dass man sich Gedanken darüber machen muss, ob sie perfekt positioniert sind. Die Lösung ist auch leicht anpassbar, wenn weitere Gerätetypen hinzugefügt werden, was es TCL und anderen Herstellern ermöglicht, verschiedene Gerätekombinationen und Formfaktoren innovativ zu kombinieren, um die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erfüllen. Dolby und TCL haben auf der IFA Dolby Atmos FlexConnect vorgestellt, das von MediaTeks Pentonic Smart TV Series Chipset angetrieben wird. TCL wird als erstes Unternehmen Dolby Atmos FlexConnect in seiner TV-Produktreihe 2024 implementieren. „Mit Dolby Atmos FlexConnect können die Nutzer unglaublichen immersiven Sound genießen, egal wie sie ihre Audiogeräte anordnen. Wir können es kaum erwarten, der Welt dieses neue, maßgeschneiderte Klangerlebnis mit unseren kommenden TV-Geräten und kabellosen Lautsprechern zu präsentieren", sagt **Frédéric Langin**, Chief Commercial Officer, TCL Europe.

LG BEGEISTERTE AUF DER IFA DEN HANDEL

Der kabellose M3 war der Star in Berlin

Die IFA ist traditionell der Start für die verkaufsstarke Saison mit dem Sonderangebots-November und dem Weihnachtsgeschäft. Entsprechend groß ist das Interesse des Handels bei seinem Berlinbesuch an TV-Attraktionen für die kommenden umsatzstarken Monate. Nach der von GfK und gfu errechneten Eintrübung des Marktes für Unterhaltungselektronik und ganz besonders des TV-Geschäftes erwartet Daniel Schiffbauer, Director Vertrieb und Marketing Home Entertainment bei LG Deutschland, einen Nachholbedarf der Kunden für ein besseres und ganz besonders auch größeres Bild (s. Interview nächste Seite). Die umsatzstärksten OLED TVs sind weiterhin die Modelle der G- und C-Serien, bei denen laut Schiffbauer vor allem die 65 Zoll-Variante immer weiter an Beliebtheit gewinnt: „65 Zoll ist das neue 55 Zoll."

Daniel Schiffbauer: „„Die Stimmung auf der IFA war hervorragend. Alle Handelspartner freuen sich auf das, was nun auf uns zukommt."

Der kabellose M3

In Berlin hatte der LG SIGNATURE 4K OLED evo TV M3 seine Deutschlandpremiere. Der Handel war begeistert und wird dieses Gerät mit Sicherheit in sein Angebot mit aufnehmen. Denn hinter der einfachen Produktbezeichnung verbirgt sich ein ganz besonderes Feature. Der TV M3 ist kabellos, die Signalzuspielung erfolgt per Funk von der Zero Connect Box. Es ist nur noch die Stromversorgung des Displays erforderlich. An die Box werden Internet, Antenne oder Kabel und weitere Peripheriegeräte wie beispielsweise eine Spielekonsole einfach per HDMI angeschlossen. Ebenso der Internetzugang per LAN und natürlich WLAN für Streaming-TV. Die Zero Connect Box gewährleistet Bild- und Tonübertragung mit 4K-Auflösung sowie eine 120 Hz Bildwiederholfrequenz über eine Entfernung von bis zu zehn Metern zum Bildschirm.

Die von LG entwickelte drahtlose AV-Übertragungslösung kann große Datenmengen mit bis zu dreifacher Geschwindigkeit im Vergleich zum bestehenden Wi-Fi 6E-Standard übertragen. Die Zero Connect-Technologie des Unternehmens unterstützt zudem Dolby Vision und Dolby Atmos.

Die Markteinführung des LG SIGNATURE OLED M3 in Deutschland ist für das vierte Quartal geplant. Die Geräte wird es in den Bildschirmgrößen 97, 83 und 77 Zoll geben. UVPs: 97 Zoll: 34.999 Euro, 83 Zoll: 9.699€Euro und der 77 Zoll: 7.299€Euro.

Intelligente Zero Connect Box – sie versorgt den LG M3 kabellos mit Video- und Audio-Signalen. Drei HDMI-Eingänge bieten Anschlüsse für Spielekonsolen, Streaming-Boxen oder Blu-ray-Player. Der Internet-Anschluss erfolgt über WLAN und LAN. Zudem sind ein optischer Ausgang für eine Surround-Anlage sowie Kopfhörer vorhanden.

Surround-Kombination – mit einer Soundbar von LG werden die Lautsprecher des TVs mit der Soundbar kombiniert und schaffen so ein dreidimensionales Klangbild im Raum.

LG OLED G3- und C3-Serie

Im Interview empfiehlt Daniel Schiffbauer einem Kunden, der um die 2.000 Euro investieren will, OLED evo Modelle aus den C3- und G3-Serien. Sie sind die Speerspitze der OLED-Produktreihe. Ausgestattet mit der einzigartigen LG OLED evo-Technologie bieten die neuen Modellserien eine höhere Helligkeit und Farbgenauigkeit sowie eine erstaunliche Klarheit und Detailtreue. Ein weiteres bedeutendes Upgrade der diesjährigen G3-Serie ist die Brightness Booster Max-Technologie, die eine brandneue Lichtsteuerungsarchitektur und lichtverstärkende Algorithmen beinhaltet, um die Helligkeit

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

um bis zu 70 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen OLED TVs zu erhöhen. Abgerundet wird der G3 durch das Gallery Design, welches eine lückenlose Wandmontage ermöglicht.

Die Modelle der Serien Z3, G3 und C3 sind mit dem neuen α9 Gen6 4K AI-Prozessor ausgestattet. Der neueste Prozessor der Alpha-Serie nutzt einen Deep Learning-Algorithmus, um eine hervorragende Bild- und Tonqualität zu gewährleisten. AI Picture Pro bietet ein verbessertes Upscaling für mehr Klarheit, und das verbesserte OLED Dynamic Tone Mapping Pro bringt Tiefe und Details in jedem Bild besser zur Geltung. Dabei wird das Bild in 20.000 Blöcke eingeteilt, und OLED Dynamic Tone Mapping Pro analysiert jeden einzelnen Block in Echtzeit, um die dunkelsten und hellsten Bereiche zu erkennen und eine präzise HDR-Optimierung zu liefern. Darüber hinaus ermöglicht die AI Sound Pro Funktion den eingebauten Lautsprechern des Fernsehers, virtuellen 9.1.2 Surround Sound zu erzeugen.

Die 2023er LG OLED TV-Modelle sind außerdem die ersten Fernseher, die von der HDMI-Organisation für die kürzlich angekündigte Quick Media Switching Variable Refresh Rate (QMS-VRR) zertifiziert wurden. QMS-VRR beseitigt den kurzzeitigen „schwarzen Bildschirm", der mitunter beim Umschalten zwischen Inhalten von verschiedenen Quellgeräten auftritt, die über HDMI an den Fernseher angeschlossen sind.

LG Entertainment to go

Der tragbare LG StanbyME Go (Modell 27LX5) verfügt über ein 27-Zoll-Touch-Display und ein 20-Watt-Vierkanal-Lautsprechersystem. Das System sowie ein Akku (Laufzeit bis zu drei Stunden) sind in einen eleganten und robusten Tragekoffer integriert, sodass das Display geschützt ist und einfach mitgenommen werden kann. Der Lifestyle-Bildschirm schaltet sich automatisch ein, wenn das Gehäuse geöffnet, und aus, sobald es geschlossen wird.

Der Bildschirm kann geneigt, um 90 Grad vom Quer- ins Hochformat gedreht oder in der Höhe auf bis zu 18 Zentimeter angepasst werden – oder man legt ihn flach auf den Tisch. Der „Tischmodus" ist optimal für digitale Brettspiele wie Schach oder „Hidden Catch".

Im MIL-STD-810G-Test, der vom US-Militär durchgeführt wird, konnte der StanbyME Go mit seiner hohen Widerstandsfähigkeit überzeugen. Er hielt elf Tests stand, darunter zum Niederdruck, zu hohen und niedrigen Temperaturen, Staub und Salzsprühnebel. Auch versehentliches Fallenlassen, Vibrationen oder Stöße konnten dem Lifestyle-Bildschirm nichts anhaben. Der Mobil-TV soll ab dem vierten Quartal auch in Deutschland verfügbar sein, der UVP steht noch nicht fest.

Herr Schiffbauer, wie war es auf der IFA in Berlin, und wie ist die Stimmung im Handel?

Nach zwei mageren Jahren erstmals wieder eine vollwertige IFA. Wir fragten Daniel Schiffbauer nach seinem Messe-Eindruck, der Stimmung im Handel und wie er die Marktentwicklung der kommenden, eigentlich umsatzstarken, Wochen für den Handel und LG einschätzt.

Daniel Schiffbauer – „Wir werden den Handel intensiv unterstützen, beispielsweise aktuell schon mit einer sehr umfangreichen Cashback-Aktion."

Fünf Tage IFA: War Berlin für Sie ein Erlebnis, war die IFA ein Erfolg?

Wir stecken jedes Jahr sehr viel Herzblut in die Vorbereitungen der IFA, damit sie für alle Beteiligten ein voller Erfolg wird. Ich denke, da können wir uns auch in diesem Jahr auf die Schultern klopfen und behaupten, dass die IFA für uns sehr gut gelaufen ist. Mit Abschluss der Messe steht nun auch die Marschroute für die Saison, jetzt können wir uns dem Fine-tuning widmen.

Wie war die Stimmung Ihrer Partner aus dem Handel in Berlin?

Die Stimmung war hervorragend, was natürlich nicht unbedingt an den zurückliegenden, schwierigen Monaten lag, sondern vielmehr am Ausblick auf eine tolle Saison. Alle Partner freuen sich auf das, was nun auf uns zukommt.

Das Ambiente der LG-Halle orientierte sich in diesem Jahr mehr an Home Appliances, konnten Sie TV trotzdem attraktiv präsentieren?

Die Präsentation im Händlerbereich war überragend. Und den Endverbrauchern haben wir in diesem Jahr unsere Kompetenzen in anderen Bereichen gezeigt. Das war spannend, und ich bin zufrieden mit dem Auftritt. Aus meiner Sicht sollten wir aber in Zukunft das Thema Bild wieder deutlich stärker im öffentlichen Bereich spielen.

Was waren die TV-Highlights auf der IFA, an welchen Geräten zeigte der Handel das größte Interesse?

OLED ist und bleibt der Schlüssel zum Erfolg. Es ist keine Überraschung, dass der Handel hier den Markt besonders interessiert sondiert.

In welchen Bildschirmgrößen bereiten Sie sich und der Handel auf die kommenden umsatzstarken Wochen vor?

65 Zoll ist das neue 55 Zoll. Und wer richtig antizipiert, verteilt bereits ein Viertel seiner Umsätze auf 77 Zoll und größer. Dahin geht der Trend.

Wie reagierte der Handel auf den kabellosen OLED SIGNATURE TV Model 97M3?

Das Interesse ist gigantisch. Dieser TV ist ein echter Hammer. Er schafft ganz neue Möglichkeiten in der individuellen Raumgestaltung. Vor allem aber fasziniert die technische Umsetzung – die Technologie ist ein Blick in die Zukunft.

Auf der Roadshow im Stadion der Eintracht in Frankfurt wollten Sie die LG-Präsenz im Fachhandel weiter ausbauen. Ist Ihnen das gelungen?

Absolut. In Zahlen gemessen, konnten wir sowohl unseren Umsatz-Innenanteil als auch unseren Marktanteil ausbauen, mit allen laufenden Kooperationen sind wir im Plus. Das spricht eine deutliche Sprache in einem von Januar bis August insgesamt rückläufigen Markt.

Bei der Roadshow sprachen Sie auch von einem sich aufbauenden Bedarf bei den Kunden, ihre TV-Geräte zu ersetzen oder ein größeres Gerät anzuschaffen. Erwarten Sie noch immer eine steigende Kaufbereitschaft?

Natürlich. Die Zahlen lügen nicht. Der Stau wird sich in den kommenden 15 Monaten entladen, da bin ich mir sicher. Wir bereiten uns dementsprechend darauf vor, den quantitativen Aufschwung möglichst qualitativ mit dem Handel auszunutzen.

2023 war, wie auch schon 2022, ein schwieriges TV-Jahr. Was erwarten Sie in den kommenden Monaten, gelten sie doch als die Umsatzstärksten des Jahres?

Die Rahmenbedingungen werden sich für Produkte der Unterhaltungselektronik verbessern. Der TV-Markt wird wieder Fahrt aufnehmen, wobei nicht ganz klar ist, wie schnell dies geschieht. Aktuell sehen wir, dass jede werbliche Aktivierung sofort Anklang findet. Dabei sieht man klar, dass die Qualität des TVs im Mittelpunkt steht. Je hochwertiger und preisintensiver das Gerät, desto häufiger wird offline im Handel gekauft.

Ich habe 2.000 Euro – mit etwas Spielraum –, welchen LG OLED TV soll mir der Handel verkaufen, mit welchen Argumenten kann er mich überzeugen?

Wenn ich Platz an der Wand habe, die OLED-G-Serie mit dem Gallery-Design, das eine nahtlose Integration an der Wand ermöglicht. Wenn ich auf Standfüße angewiesen bin, dann würde ich die OLED C-Serie empfehlen.
Ein 65 Zoll-Modell sollte es zudem mindestens sein, sofern man gerne Filme genießt. Wer einmal in den Genuss eines solchen Bildes gekommen ist, will nichts anderes mehr. Und das Beste ist: Man kann sich viele Jahre lang daran erfreuen.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

LOEWE WIRBT

Der Loewe Iconic ist der Star der Kampagne

Loewe startet mit einer Reichweitenstarken Markenkampagne in Saisongeschäft. Das Flaggschiff Loewe iconic spielt hierbei die Hauptrolle, um für Aufmerksamkeit zu sorgen. Ziel der Kampagne ist es, die Bekanntheit der Marke auszubauen und zu festigen, sodass Loewe Fachhändler vermehrt davon im Saisongeschäft profitieren. Durch aufmerksamkeitsstarke Werbemittel steigert Loewe die Sichtbarkeit und generiert somit das Interesse in der designaffinen und technikinteressierten Zielgruppe.

Bei der Ausspielung der digitalen Out-of-home Kampagne, die im September 2023 startete, setzt Loewe auf die Strahlkraft des Loewe iconic und belegt digitale Screens in deutschen Metropolen mit höheren Einkommensschichten und stark frequentierten Orten. Hierdurch erreicht Loewe die Zielgruppe in aufmerksamkeitsstarken Umfeldern und bilden so den perfekten Rahmen, um die Bekanntheit der Marke auszubauen.

Die Kampagne wird in den Städten München, Berlin, Hamburg, Frankfurt am Main, Stuttgart sowie Düsseldorf ausgespielt und belegt vor allem großflächige digitale Screens, um für noch mehr Sichtbarkeit der Marke zu sorgen.

Mit dem Start der Kampagne im September und einer Laufzeit bis Ende September erreichte Loewe unter anderem eine internationale Zielgruppe während des parallel laufenden Oktoberfests in München.

Um das Saisongeschäft weiter auszubauen, wird der Kontakt durch eine Loewe Brandkampagne in Zügen intensiviert. Mit einer Kampagnenlaufzeit im Oktober und November werden unterschiedliche Zielgruppen mit einer hohen Kontaktintensität und einer starken Präsenz im mobilen Umfeld erreicht.

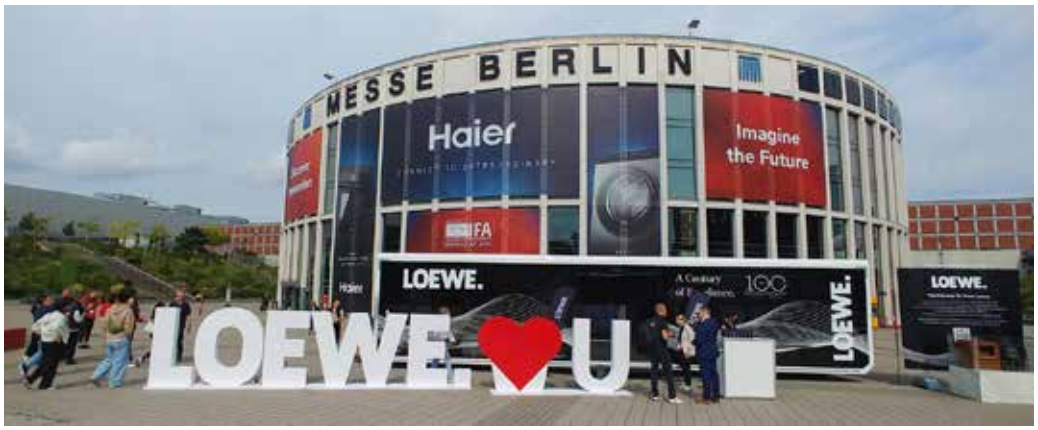
So konnte man das großflächige Displays mit dem Iconic im Oktoberfest-U-Bahnhof beim Besuch der Wiesn auf keinen Fall übersehen. Ebenso die Displays in den Einfallstraßen der Metropolen, zumal hier der Stopp-and-go Verkehr für eine längere Verweildauer der Autofahrer sorgte.

Die optimale Platzierung der Plakate an ausgewählten hochfrequentierten Stellen der ICE-Züge ermöglicht eine direkte Zielgruppenansprache.

Bei der Ausspielung der Kampagne wird der neue Loewe iconic pure white in Szene gesetzt und soll so das Interesse der designaffinen und technikinteressierten Zielgruppe wecken. Das Ziel von Loewe ist es, in einem noch größeren Kundenkreis bekannter zu werden.

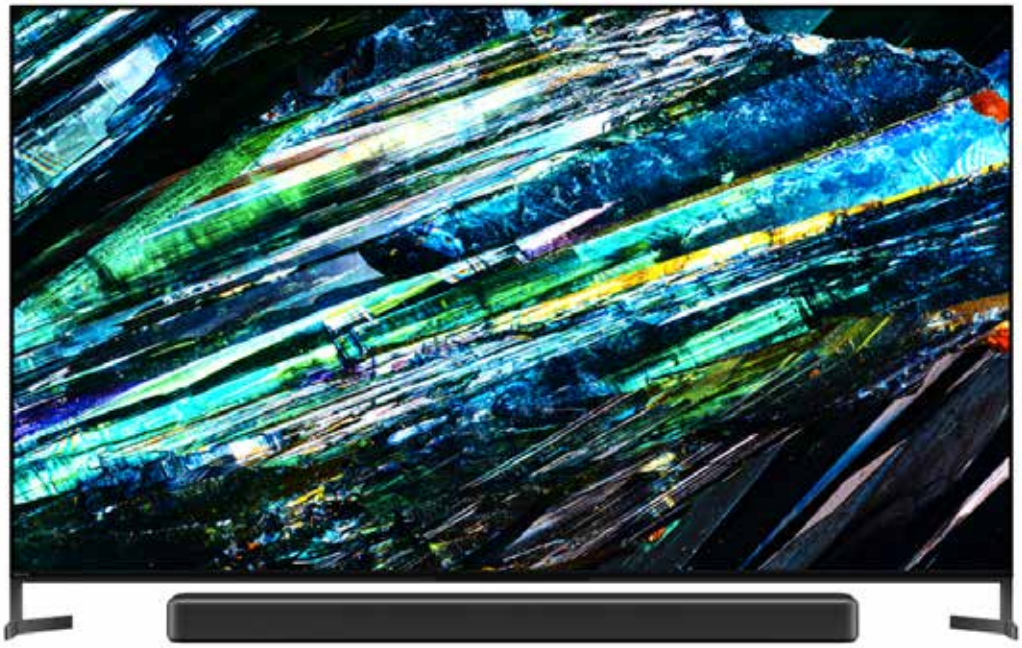
In diesem Herbst geht Loewe zur Unterstützung des Fachhandels mit viel Einsatz in die Außenwerbung. Im September strahlten in den verkaufsstarken Städten die Displays mit dem Ionic, Plakatierung in ICEs folgt im Oktober.

Brennpunkt-Werbung – Loewe belegte Displays an stark frequentierten Punkten von kaufkräftigen Städten. Oben das U-Bahn-Display zum Oktoberfest. Darunter eine Einfallstraße mit täglich viel Verkehr in Düsseldorf.



Prominenter Messeplatz – auf der IFA in Berlin gelang es Loewe, noch vor dem Eingang Süd sich mit einem sehr attraktiv gestalteten Edel-Container zu platzieren. So erreichten die Kronacher, dass der erste Eindruck für Messebesucher die Marke Loewe wurde. Wer wollte, konnte nach einem Besuch des Loewe Pavillons dann mit einer Flasche Wasser als Präsent seinen IFA-Besuch starten.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de



SONY QD-OLED-FERNSEHER A95L

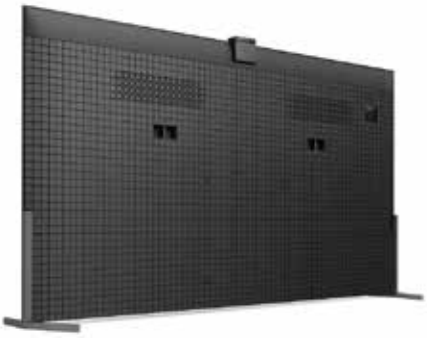
Helligkeit um bis 200 Prozent verbessert

Der A95L ist ein QD-OLED-Fernseher der Spitzenklasse, der die Farbhelligkeit im Vergleich zum erfolgreichen Vorgängermodell A95K um bis zu 200 Prozent verbessert. Im A95L ist der aktualisierte Cognitive Processor XR mit der brandneuen XR Clear Image Technologie verbaut, die die Rauschunterdrückung und die Klarheit der Bewegungsdarstellung verbessert, Unschärfen reduziert und actiongeladene Szenen noch packender darstellt.

Für einen noch mitreißenderen Sound unterstützt das neue Modell in Kombination mit einer Soundbar von Sony die 360 Spatial Sound Mapping-Technologie, die Phantomlautsprecher erzeugt und das Klangfeld optimiert. Darüber hinaus ist der A95L mit der Acoustic Surface Audio+-Technologie ausgerüstet, bei der Aktuatoren den Bildschirm in Schwingungen versetzen. Der ganze Bildschirm wird so zum Lautsprecher.

Für Spielefans hält die A95L-Serie exklusive Funktionen wie Tone Mapping mit HDR-Automatik und den automatischen Genre-Bildmodus bereit, die das Gaming mit der PlayStation 5 auf das nächste Level heben und die Bildqualität beim Spielen und Streaming optimieren. Zu den weiteren Merkmalen zählt ein benutzerfreundliches Gaming-Menü, in dem die Gamer die Einstellungen an ihre Vorlieben anpassen und beispielsweise VRR oder die Reduzierung der Bewegungsunschärfe schnell aktivieren und deaktivieren können. Zudem gibt ihnen das Gaming-Menü die Möglichkeit, mit dem Black Equalizer die Helligkeit in dunklen Bereichen zu erhöhen, um Objekte und Gegner gut zu erkennen. Mit sechs unterschiedlich einstellbaren Fadenkreuzen können sie ihre Gegner leicht ins Visier nehmen. Eine neue Funktion zur Anpassung der Bildgröße wird noch in diesem Jahr mit einem Firmware-Update zur Verfügung stehen. Um in einem kleineren, fokussierten Bereich spielen zu können, lässt sich mit dieser Funktion die Größe des Bilds reduzieren.

Verfügbar, die UVPs:
XR-55A95L (55 Zoll / 139 cm): 3.299,00 €.
XR-65A95L (65 Zoll / 164 cm): 3.999,00 €.
XR-77A95L (77 Zoll / 195 cm): 6.199,00 €.



Sony-Sounderlebnis – die BRAVIA CAM (Bild l.) macht Videochats zum Vergnügen und kann Bild und Ton automatisch im Raum auf die Position der Zuschauer ausrichten. Die Acoustic Surface Audio+-Technologie nutzt den Bildschirm als Lautsprecher, in Kombination mit einer Sony Soundbar wird der Center verständlich hervorgehoben.

JBL Authentics, Retrodesign mit Sprachassistent:

JBL präsentiert seine JBL Authentics-Serie. Inspiriert von der Historie der Marke, kombinieren die Lautsprecher ein zeitlos-ikonisches Retrodesign mit der typischen, beeindruckenden Audioperformance von JBL. Der vollumfänglich ausgestattete JBL Authentics 500 wird schnell zum smarten Herzstück im Zuhause, denn er bietet WLAN- und Bluetooth-Unterstützung sowie Dolby Atmos.

Drei 1-Zoll-Hochtöner und drei 2,75-Zoll-Mitteltieftöner für kristallklaren Klang, während der 6,5-Zoll Downfiring-Subwoofer satte und präzise Bässe garantiert. Das 3.1-Kanalsystem erreicht kraftvolle 270 Watt Leistung und sorgt in Verbindung mit Dolby Atmos für ein multidimensionales Klangerlebnis.

Der portable JBL Authentics 300 bietet starken Sound für unterwegs und kommt mit einem Akku für acht Stunden Musikgenuss. Er ist damit die perfekte Lösung für all jene, die sowohl im Haus als auch um ihren Wohnsitz herum erstklassigen Sound genießen möchten. Markante Höhen, gepaart mit tiefen Bässen, der JBL Authentics 300 steht für außergewöhnlichen Klang von der Küche über den Garten bis hin zur Party im Freien.

Ob groß, ob klein. Der JBL Authentics 200 steht für ausgewogenen Stereosound in jedem Raum. Ausgestattet ist er mit einem Paar 1-Zoll-Hochtönern und einem 5-Zoll-Breitband-Tieftöner. Ergänzt durch einen nach unten abstrahlenden 6-Zoll-Passivradiator, erweckt dieser Lautsprecher jeden Track zum Leben und sorgt für tiefe Bässe in perfekter Balance. Hier kommt jedes Genre zur Geltung.

Das atemberaubende Design der JBL Authentics-Serie ist inspiriert durch die langjährige Tradition der Marke. In Anlehnung an den legendären JBL L100-Lautsprecher aus den 1970er-Jahren greift die JBL Authentics-Serie dessen markanten Look auf und interpretiert ihn im modernen Touch. Mit einem Rahmen aus hochwertigem Aluminium, einem speziell angefertigten Gehäuse aus Kunstleder und dem neu gestalteten Quadrex-Gitter legt es die JBL Authentics-Reihe darauf an, ein optisches Statement zu setzen. UVP Authentics 500 629,99 €, 300 429,99 €, 200 329,99 €.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

PANASONIC FIRE-TV STREAMING-FERNSEHER

Alle Inhalte mit einem Klick sofort abrufbar

Die TV-Welt bietet heute ein überwältigendes Angebot. Doch leicht kann man sich in den verschiedenen Sticks und unterschiedlichen Apps verirren. Damit soll jetzt Schluss sein, verspricht Panasonic mit seiner MXW835-Serie und dem Betriebssystem FireTV. Schon ein Blick auf die Fernbedienung zeigt, wie das gemeint ist. Neben den bekannten Tasten für lineares Fernsehen sind Prime Video und Netflix per separater Tasten abrufbar, ebenso installierte Apps und der Zugang zum Intetrnet. Noch einfacher geht es per Sprachbedienung, das Mikrofon ist in der Fernbedienung. Mit Alexa ist das Auffinden von Lieblingsinhalten über mehrere Streaming-Dienste und Live-TV-Kanäle einfacher als je zuvor.

Individuelle Anpassung

Unterschiedliche Nutzer haben auch unterschiedliche Programm-Preferenzen. Deshalb kann der Panasonic FireTV bis zu sechs individuelle Watchlists und personalisierte Empfehlungen erstellen, die auf den persönlichen Favoriten basieren. FireTV ordnet die Lieblings-Apps zentral und übersichtlich auf dem großen Bildschirm an. So sind die Lieblingssendungen, Filme und Live-TV ohne endloses Scrollen auf einen Knopfdruck verfügbar. Mit firetv stehen nicht nur die neuesten Serien, Filme und Spiele zur Auswahl, sondern auch die beliebtesten Inhalte von Anbietern wie Netflix und Prime Video; entsprechendes Abo vorausgesetzt. Im Gegensatz zu beispielsweise Entertain der Telekom hat der Panasonic FireTV noch einen weiteren Pluspunkt: Er speichert automatisch das aufgerufene Programm und auch die Position, bis wo es angesehen wurde. Das erspart bei der Fortsetzung oder bei einer Serie umständliches Suchen. Auf Knopfdruck geht es ganz einfach weiter.

Fernbedienung mit Mikro für Alexa und Direktwahltasten.

Bild- und Tonqualität

Das HDR Cinema Display-Panel der MXW834-Serie liefert eine enorm weite Farbpalette für eine natürliche Bildwiedergabe, während die LED-Hintergrundbeleuchtung eine gleichmäßige und beachtlich hohe Helligkeit sicherstellt. Der von Panasonic entwickelte HCX-Prozessor und der zuschaltbare Filmmaker-Modus sorgen dafür, dass die Bilder exakt der Vorstellung des Regisseurs entsprechen. Darüber hinaus werden die neuesten HDR-Technologien wie HDR10+ und Dolby Vision unterstützt, das Ergebnis sind dynamische Farben und beeindruckende Kontraste. Natürlich ist ein großartiges Bild nichts ohne einen wirkungsvollen Ton. Für einen immersiven Sound, der den Zuschauer mitten ins Geschehen versetzt, verfügt die MXW834-Serie über ein Dolby Atmos-Soundsystem, welches ein Surround-Erlebnis wie im Kino erschafft.

Gaming inklusive

Einfacher als mit der neuen MXW834-Serie könnte der Wechsel vom Fernsehen zum Gaming nicht sein. Der über die Fernbedienung leicht zugängliche Spielemodus reduziert auf Tastendruck den Input-Lag und Latenz. Somit wird alles, was auf dem Bildschirm zu sehen ist, exakt und ohne Verzögerung den Tasten-Eingaben folgen. Gamer können so von einem deutlich flüssigeren Spielerlebnis profitieren. Dank der HDMI 2.1 ALLM-Funktion wechselt der Fernseher bei angeschlossenen Konsolen automatisch in den Modus mit der geringsten Input-Lag.

Einzigartig bei Panasonic-Fernsehern ist die Schaltfläche „My App“, die mit einem Klick eine praktische Verknüpfung zu einer bevorzugten App oder dem Fire-TV-Betriebssystem bietet, sowie die Schaltfläche „Bildmodus“, mit der Benutzer den Bildmodus direkt an ihre Inhalte anpassen können. Dank verbesserter Funktionen können Benutzer Kanallisten ganz einfach anpassen, Favoriten auswählen und vieles mehr. Ein überarbeiteter EPG erleichtert zudem das Filtern von Inhalten nach Genre oder angeschlossener Signalquelle. Darüber hinaus stellt der Zugriff auf die HbbTV-Red-Button-Anwendungen jedes terrestrischen Kanals einen einfachen Zugang zu deren Mediatheken dar, womit die MXW834-Modelle die Lücke zwischen Connected-TV-Apps und traditionellem linearem Fernsehen schließen.

METZ CLASSIC CUBUS EDITION

Jubiläums-Modell mit 85 Monaten Garantie

Metz steht für deutsche Fernsehtradition, und das fränkische Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 85-jähriges Firmenjubiläum. Das Geschenk für seine Kunden ist das Sondermodell CUBUS Edition mit 85 Monaten Garantie (Bild oben rechts).

Das Sondermodell Metz CUBUS Edition wird wie alle Metz Classic-Fernsehgeräte in Deutschland entwickelt und produziert. Hochwertige Materialien, eine reichhaltige Ausstattung sowie eine ausgereifte TV-Plattform belegen die individuelle Klasse und außergewöhnliche Wertigkeit dieses in streng limitierter Stückzahl aufgelegten TV-Geräts. Basierend auf dem Metz CUBUS 43 behält der CUBUS edition das markante Standfußdesign mit der namensgebenden kubischen Standsäule und verfügt mit einer schwarzen Soundleiste, einem drehbaren Stand-Drehfuß aus schwarz eloxiertem Aluminium und der hochwertigen Fernbedienung RM 19 über einige edle Designupgrades.

Das 43 Zoll Direct-LED-Display in UHD-Auflösung mit lokal abschaltbaren Dimmzonen sorgt für bemerkenswert scharfe Bilder mit leuchtenden Farben – und macht den CUBUS edition trotz seiner umfangreichen Ausstattung zu einem echten Energiesparer. Über einen Twin-Multi-Tuner und zwei CI+ Schnittstellen ist er für den Free- und Pay-TV-Empfang auf allen Empfangswegen gerüstet. Für glasklare Höhen und satte Bässe sorgt ein gekapseltes 2-Wege-System mit Bassreflex Kanal in MetzSoundPro-Technologie, das den Ton über sechs vorwärts gerichtete Lautsprecher zum Leben erweckt. Eine umfangreiche Schnittstellenausstattung sowie WLAN und Bluetooth machen ihn zum vielseitigen Alleskönner. Darüber hinaus unterstützt das Gerät USB-Recording und bietet damit umfangreiche komfortable Timeshift- und Aufzeichnungsfunktionen.

Metz Classic CALEA Compact 40

Mit dem neuen CALEA compact 40 schließt Metz bei seinen TV-Modellen die Lücke zwischen 32 und 43 Zoll. „Das hochinteressante 40-Zoll-Format ist nur noch selten im Markt anzutreffen, obwohl es dafür nach wie vor einen Bedarf gibt“, sagt Metz Geschäftsführer **Dr. Norbert Kotzbauer**. „Als hochwertiges Premium-Gerät Made in Germany ist der Metz CALEA compact 40 die perfekte Wahl für alle, die auf kompakte Abmessungen zurückgreifen möchten, ohne auf Komfort und Technik zu verzichten.“

Intuitive Bedienung, ausgezeichnete Bild- und Klangqualität sind auch beim neuen 40-Zöller gesetzt. Dabei sorgt ausgeklügelte Paneltechnologie mit LED-Backlight in Full-HD-Auflösung für ein bestechend scharfes und detailgetreues TV-Erlebnis – und optimale Energieeffizienz. Das einzigartige, nach vorn abstrahlende Frontlautsprechersystem in Zwei-Wege-Bauweise erzeugt, gepaart mit der eigens entwickelten Metz-SoundPlus-Technologie, beeindruckend satten Klang mit sauberen Höhen und Tiefen sowie ausgeprägter Sprachverständlichkeit.

„Mit dieser Reminiszenz an unser 85-jähriges Metz Firmenjubiläum, die im Markt bisher einzigartig sein dürfte, möchten wir uns bei all den Kunden bedanken, die sich immer wieder ganz bewusst für einen Metz Fernseher Made in Germany entscheiden.“

Trotz seiner kompakten Größe bietet der CALEA compact 40 eine komfortable Ausstattung. Über seinen integrierten Triple-Tuner empfängt er Fernsehen über Sat, Kabel und Antenne ohne zusätzlichen Receiver und unterstützt zeitversetztes Fernsehen (Timeshift) via USB. Internetfähig über LAN und WLAN greift man komfortabel auf HbbTV und Mediatheken zu. Für Pay-TV steht eine CI+ Schnittstelle zur Verfügung. Über drei HDMI-Ports lassen sich externe Geräte und Streaming-Sticks mit dem Full HD-Fernseher verbinden. Der Metz Classic CALEA compact 40 ist ab September für 1.199 Euro UVP im Handel erhältlich.

85 Jahre Metz

Paul Metz gründete am 28. November 1938 mit 12 Mitarbeitern TAM – Tranformatoren- und Apparatefabrik Metz. Am 21. Februar 1945 zerstörte eine Brandbombe nur wenige Wochen vor dem Kriegsende in Europa das Werk in Fürth teilweise. 1947 kam mit dem Postillion das erste Radio von Metz. Bereits 1954 konnte man auf TV-Prototypen des Metz 702 die Fußballweltmeisterschaft verfolgen. Eine Metz-Erfindung war das Magische Zauberauge 1958. Diese Weltneuheit, deren Name so geheimnisvoll anmutet, gehört heute in Form der Kontrastautomatik in jedes TV-Gerät und sorgt für die automatische Anpassung der Bildhelligkeit an die Lichtverhältnisse der Umgebung. Heute ist Metz Teil des chinesischen Multikonzerns Skyworth in Shenzhen.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

HISENSE LASER CINEMA
Ultra-Kurzdistanz Projektor und All-in-One Smart Miniprojektor

Hisense gilt als Pionier der Laserprojektion und war einer der ersten, die Kurzdistanzprojektoren in den Markt brachten. Auf der IFA hat der Laser-Spezialist jetzt zwei neue Projektoren vorgestellt: den Ultrakurzdistanz-Projektor PX3-PRO und den All-in-One Smart Miniprojektor C1.

Großes Plus des PX3-PRO, der Nutzer kann seine Bildgröße zwischen 90 und 130 Zoll frei wählen. Während Kurzdistanzprojektoren bisher auf eine Bildgröße fixiert waren, kann beim neuen PX3-PRO die Bildgröße des 4K-Projektors durch geringe Veränderungen des Abstands an die räumlichen Gegebenheiten angepasst werden.

Mit dem neuen C1 präsentiert Hisense den ersten Laser TV 4K Smart Miniprojektor, der auf die beliebte TriChroma Technologie zurückgreift. Dank der kompakten Maße lässt sich der C1 schnell einpacken und überall zum Einsatz bringen, wo große Bilder in bestechender Dolby Vision Qualität gefragt sind.

In Berlin hat Hisense zwei Laser-Projektoren vorgestellt. Zudem feierte der erste 8K Laserprojektor TV 120LX seine Premiere. Geplanter Marktstart für den 8K und für den PX3-PRO ist die zweite Hälfte des kommenden Jahres.

Herzstück ist die TriChroma-Laserlichtquelle mit drei Lasern in den Grundfarben Rot, Grün und Blau, die Hisense erstmals in einen Miniprojektor verbaut. Was bisher nur in großen Laser TV Konsolen möglich war, liefert der C1 nun auch im Kompaktformat mit 107% des BT.2020 Farbraums, brillante Bilder mit überragender Schärfe und Dolby Vision für feinste Details selbst in dunklen Szenen. Mit einem Kontrastverhältnis von 1.600:1 und einer Helligkeit von 1.600 ANSI-Lumen liefert der 4K Smart Triple Laser Mini Projektor darüber hinaus klare, scharfe und leuchtstarke Bilder auch in hellen Räumen. Schnelle Szenen werden mittels MEMC flüssig dargestellt, sodass man auch bei actionreichen Sportinhalten kein spannendes Detail verpasst.

Trotz seines kompakten, lediglich 24,5 x 21,6 x17,9 cm kleinen Gehäuses, liefert der C1 außergewöhnlich große Bilder. Idealerweise sollten die Bilddiagonalen zwischen 65 und 120 Zoll liegen, was maximal rund 3 Metern entspricht. Wenn es noch größer sein soll, sind bis zu 300 Zoll möglich. Dank „Automagic“, ein Autofokus mit automatischer Trapezkorrektur und Bildschirmausrichtung, justiert der neue Hisense Miniprojektor das Bild innerhalb weniger Sekunden automatisch.

Für kraftvollen Sound sorgt das integrierte Hi-Fi-Soundsystem von JBL mit Dolby Atmos Unterstützung. Die ca. 1 l große Klangkammer und der Neodym-Magnetlautsprecher lassen den Zuschauer mitten ins Geschehen eintauchen. Für grenzenlosen Spielespaß sorgt der Game Modus. Mittels Auto Low Latency Mode (ALLM) schaltet der Projektor in Verbindung mit einer angeschlossenen Spielekonsole in den Game-Modus und stellt automatisch die ideale Latenzzeit für ein verzögerungs- und unterbrechungsfreies Spielvergnügen ein. UVP 2.999 Euro.

Hisense Laser-TV – der C1 (l.) ist ein kompakter 4K-Projektor mit einer Bilddiagonale von 65 bis 120 Zoll. Der PX3-PRO lässt dem Nutzer als 4K Ultra-Kurzdistanzprojektor die Wahl einer Bildschirmdiagonale zwischen 90 und 130 Zoll.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

XIAOMI und LEICA Smartphones mit Summicron-Objektiven

Nach der Einführung der Xiaomi 13 Smartphone-Serie kommen Xiaomi und die Leica Camera AG jetzt mit der 13T Serie.

Sowohl das Xiaomi 13T Pro als auch das Xiaomi 13T bieten ein dreifaches Kamerasystem mit

Summicron-Objektiven, die in Zusammenarbeit mit Leica entwickelt wurden, darunter eine 50-Megapixel-Weitwinkellinse mit 24 mm äquivalenter (zu KB) Brennweite sowie eine 50-Megapixel-Telelinse mit 50 mm äquivalenter Brennweite. Eine 12-Megapixel-Ultraweitwinkellinse mit einer äquivalenten Brennweite von 15 mm eignet sich für Panorama- oder Landschaftsaufnahmen. Die Xiaomi 13T Serie bietet eine Funktion für benutzerdefinierte Fotostile im Pro-Modus, die erstmals beim Xiaomi 13 Ultra zum Einsatz kam. Sie ermöglicht es, Farbton, Tonalität und Textur bereits in der Voreinstellung anzupassen und mehr Details und Farben für die Nachbearbeitung zu erhalten. Besonders Leica Fans werden sich über den von Leica eigens entwickelten „Authentic Look“ freuen, dabei wurde von den Leica Image-Experten besonderer Wert auf eine ästhetisch ansprechende

und natürliche Farbwiedergabe gelegt sowie auf gut durchzeichnete Schattenbereiche, realistische lokale Kontraste und eine exzellente Reproduktion feinster Details und moderate Schärfung. Das Xiaomi 13T Pro kostet je nach Speichergröße knapp 800, 900 oder 1.000 Euro, das 13T ist mit einem Preis von 650 Euro um einiges günstiger. Beide Modelle sind in den Farben Schwarz, Grün und Blau ab sofort erhältlich.

Auch zwei neue Wearables von Xiaomi

Die beiden Smartphones werden von zwei ebenfalls neuen Wearables begleitet. Die Xiaomi Watch 2 Pro ist eine Smartwatch auf Basis von Wear OS, angetrieben wird sie von einem Qualcomm Snapdragon W5+ Gen 1. Das runde, 1,43 Zoll große Display bietet Platz für eine Auflösung von 466 x 466 Pixeln, die Uhr misst 46 Millimeter im Durchmesser. In der LTE-Version kostet die in Schwarz und Silber erhältliche Xiaomi Watch 3 Pro 330 Euro, ohne eSIM sind es 270 Euro.

www.leica-camera.com
www.mi.com.de

E-PASSFOTO Arbeitsgemeinschaft ist bereit für die Zukunft

Ab sofort können sich auf der Website www.e-passbild.de über 6.000 Fotohändler, Studiofotografen, freie Fotografen sowie weitere Marktteilnehmer, die gewerbsmäßig Fotos für Pass und Personalausweis anfertigen, kostenlos bei der Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto registrieren. Geprüfte und qualifizierte Teilnehmer werden über den weiteren Ablauf per E-Mail informiert.

Die Ringfoto GmbH & Co. KG stellt dieses neue und sichere System für den Passbildbereich zur Verfügung. Ab dem 1. Mai 2025 sind nur noch digitale Passbilder bei der Beantragung von Personalausweisen und Reisepässen zugelassen. Dennoch bleiben Fotohandel und Fotostudios vor Ort weiterhin erster Ansprechpartner für die Erstellung von Passbildern.

Hierfür haben Fotohandel, Fotostudios sowie Fotografen bereits eine funktionierende und gesetzeskonforme Lösung entwickelt. Diese erlaubt es auch in Zukunft, optisch ansprechende und perfekt biometrische Passbilder vorab beim Fotografen um die Ecke anfertigen zu lassen. Sowohl bei Bürgern, die auf ein qualitativ hochwertiges, professionell aufgenommenes Bild Wert legen, als auch bei kleinen Kindern, älteren Mitbürgern, Brillenträgern oder Menschen mit Behinderung ist der Profi-Fotograf mit jahrelanger Erfahrung und Expertise sowie dem perfekt aufeinander abgestimmten Equipment immer wieder die erste Wahl.

Die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto ist bereit für die Zukunft

Als führender Anbieter in Deutschland entwickelt und stellt die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto innovative und hochsichere digitale Passbilddienstleistungen bereit. Mit einem engagierten Team von Fachleuten strebt die Arbeitsgemeinschaft danach, den Prozess der Passbildproduktion bei höchster Sicherheit vollständig zu digitalisieren und die Effizienz staatlicher Dienstleistungen zu verbessern.

www.e-passfoto.de.

Fujifilm erweitert sein Mittelformat-GFX-System um die GFX100 II. Die Kamera soll sich, laut Ankündigung, durch eine überragende Bildqualität mit satten Tonwerten und klarer Plastizität sowie eine bemerkenswerte Leistungssteigerung bei Serienaufnahmen, Autofokus und Videoaufzeichnung auszeichnen.

FUJIFILM GFX100 II Modellpflege fürs Mittelformat

Dafür ist die Neuheit mit dem GFX 102 Megapixel CMOS II HS-Sensor und dem leistungsfähigen X-Prozessor 5 ausgestattet, die Sensordaten werden doppelt so schnell wie beim Vorgängermodell verarbeitet. Sie bietet zudem einen Motiverkennungs-Autofokus, der auf einer Deep-Learning-Technologie basiert, und verfügt als erste Kamera der GFX-Serie über einen fortschrittlichen AF-Algorithmus zur Berechnung von voraussichtlichen Objektbewegungen. Die Serienbildgeschwindigkeit wurde von derzeit fünf Bildern pro Sekunde auf acht Bilder pro Sekunde erhöht. Der neue Bildsensor ermöglicht erweiterte Videofunktionen. Die GFX100 II filmt intern in 4K 10 Bit 4:2:2 bis 60p und unterstützt als erste GFX Kamera die Aufzeichnung von 8K-Videos bis 30p. Überdies werden verschiedene Objektiv-Typen sowie die damit verbundenen Aufnahme-Formate unterstützt. Die Kamera besitzt einen Fünf-Achsen-Bildstabilisator (IBIS), der einen Schärfevorteil von bis zu acht EV-Stufen bringt, sowie einen hochauflösenden Sucher mit 9,44 Millionen Bildpunkten und 1,0-facher Vergrößerung. Das Fujifilm GFX100 II-Gehäuse kostet rund 8.000 Euro (UVP).

www.fujifilm-x.com

Premiere für die spiegellose Vollformatkamera Nikon Z f; ausgestattet ist sie mit dem gleichen Bildverarbeitungs-Prozessor Expeed 7 wie die Nikon Z 9. Das Kameradesign erinnert stellenweise an das Modell FM2, etwa die Einstellräder, der Auslöser und das Nikon-Logo.

NIKON Z f Vollformat im Retro-Kameradesign

Die Kamera ist mit einer Vielzahl inspirierender Funktionen und Features ausgestattet, darunter „Creative Picture Control“ und Aufnahmen mit Pixelverlagerung – eine Funktion, die die Z f als erste Nikon-Systemkamera unterstützt. Zudem bietet sie weltweit als erste Kamera einen Fokusmessfeld-VR zur Unterdrückung der Unschärfe rund um das Fokusmessfeld.

Darüber hinaus erhält auch die Z f die Fähigkeiten der Z 8, neun Motivarten zuverlässig zu erkennen und die Verfolgungsleistung bei der Motiverkennung zu verbessern. Die Kamera wird außerdem durch einen hochwirksamen, verbesserten internen Bildstabilisator und den Digital-VR unterstützt, die beide die Qualität der Ergebnisse bei Aufnahmen in schwach beleuchteten oder dunklen Innenräumen deutlich erhöhen sollen.

Genutzt im automatischen Aufnahmemodus zur Erkennung des Motivs wird die Deep-Learning-Technologie, um eine perfekte Scharfstellung des Motivs und eine mit der Motiverfassung abgestimmte Belichtungssteuerung zu erreichen. Ausgestattet ist sie mit zwei Speicherkartenfächern, eines für SD-Karten, das andere für Micro-SD-Karten.

Der UVP für das Nikon Z f-Gehäuse beträgt 2.500 Euro.

www.nikon.de

OM SYSTEM TG-7 Neuer Markenname, robust wie immer

Sie heißen nicht mehr „Olympus“, ihre Formensprache ist jedoch unverwechselbar – also Vorhang auf für die TG-7, das neueste Produkt in der durch Robustheit geprägten OM System-Tough-Serie. Wie ihre Vorgängerinnen ist auch die siebte Variante staubdicht sowie stoßfest und soll Stürze aus bis zu einer Höhe von 2,1 Metern aushalten. Die TG-7 besticht mit einer Wasserdichtigkeit von bis zu 15 Metern. Außerdem bleibt die Kamera bei eisigen Temperaturen bis zu -10 °C funktionsfähig. In Kombination mit dem Unterwassergehäuse PT-059 (optional erhältlich) ist sie sogar für tiefere Tauchgänge von bis zu 45 Metern geeignet. Das F2.0-Hochgeschwindigkeits-Zoom-Objektiv bietet ein variables Makrosystem für Nahaufnahmen, die 1 Zentimeter vom Objektivrand entfernt sind. Weitere Merkmale umfassen einen Konstruktionsmodus für den Bau, Zubehör zur Systemerweiterung, integriertes GPS und eingebaute Sensoren, Video im Hochformat, einen Pro Capture-Modus, Intervallaufnahmen mit Zeitraffer-Videoerstellung und das Aufladen über USB Typ C. UVP 550 Euro.

www.explore.omsystem.com

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

SONY 2 x Alpha Vollformat

Sony kommt mit zwei neuen Modellen innerhalb seiner Alpha 7C-Kameraserie, die Alpha 7C II und die Alpha 7CR.

Die Alpha 7C II (Abbildung rechts) ist mit einem Vollformat-Bildsensor mit 33 Megapixeln ausgestattet, die Kamera ist die zweite Generation der bekannten Alpha 7C. Die Alpha 7CR (Abbildung links) ist eine kompakte Vollformat-Wechselobjektivkamera, ebenfalls ausgestattet mit Vollformat-Bildsensor, dieser bietet jedoch rund 61 effektive Megapixel.

Das sind die wesentlichen Merkmale der Alpha 7C II

Ausgestattet ist die 7C II mit einem rückwärtig belichteten Exmor R CMOS-Vollformatsensor mit rund 33 Megapixeln und dem neuesten Bionz XR Bildprozessor für eine hohe Bildqualität. Dank dieser Merkmale können die Benutzer leicht hochwertige Fotos und Videos bei vielerlei Gelegenheiten aufnehmen. Im Vergleich zur Alpha 7 IV (etwa 13 x 9,6 x 8,1 Zentimeter, rund 698 Gramm) ist die Alpha 7C II rund 22 Prozent leichter und hat rund 45 Prozent weniger Volumen. Der Standard-ISO-Bereich reicht von 100 bis 51.200 für Fotos und Filme (erweiterbar auf ISO 50 bis 204.800 bei Fotos), was rauschfreie Aufnahmen mit hoher Empfindlichkeit ermöglichen soll.

...und die wesentlichen Merkmale der Alpha 7CR

Hier kommt auch der rückwärtig belichtete Exmor R CMOS-Vollformatsensor, jedoch mit etwa 61 Megapixeln, und ebenfalls der neueste Bionz Z XR Bildprozessor für hochauflösende, gestochen scharfe Aufnahmen zum Einsatz. Im Vergleich zur Alpha 7R V (etwa 13 x 9,9 x 8 Zentimeter, rund 725 Gramm) ist die Alpha 7CR rund 29 Prozent leichter und hat rund 53 Prozent weniger Volumen. Der Standard-ISO-Bereich reicht von 100 bis 32.000 für Fotos wie auch Videos (erweiterbar auf ISO 50 bis 102.400 bei Fotos). Zusätzlich zur integrierten optischen 5-Achsen-Bildstabilisierung mit 7,0 Stufen bietet die Kamera eine Kompensierung bis auf die Einzelpixelebene, um selbst leichte Unschärfen zu erkennen und zu korrigieren. Die Pixel-Shift-Multi-Aufnahme-Funktion nimmt mehrere Bilder auf, die dann am Computer zu einem brillant aufgelösten Bild zusammengesetzt werden. Im Lieferumfang der Alpha 7C R ist eine Grifferweiterung GP-X2 enthalten, die auch bei längeren Aufnahmen oder Verwendung eines Teleobjektivs für Komfort und Stabilität sorgt.

Die gemeinsamen Merkmale

Beide Modelle sind kompakt gebaut, mit Abmessungen von etwa 12,4 x 7 x 6,4 Zentimetern (B x H x T) und einem Gewicht von rund 513 Gramm. Werden die Kameras mit dem angekündigten Weitwinkel-Zoomobjektiv G Master FE 16-35 mm F2.8 GM II verwendet, profitieren die Benutzer von einer Lichtstärke von F2,8 im gesamten Zoombereich. Unterstützt von der gleichen KI-Verarbeitungseinheit wie bei der Alpha 7R V, arbeitet die Echtzeit-AF-Erkennung mit hoher Genauigkeit. So werden beispielsweise Personen dank einer Technologie zur Einordnung menschlicher Posen selbst dann präzise erfasst und nachverfolgt, wenn sie eine Haltung einnehmen, die die Erkennung erschwert, oder wenn das Gesicht verdeckt ist. Außerdem erkennen die neuen Modelle neben Menschen und Tieren – wie bisher bei der Alpha 7C Serie –mit der gleichen hohen Genauigkeit jetzt auch Vögel, Insekten, Autos, Züge und Flugzeuge.

Die Alpha 7C II und die Alpha 7CR erfassen hochauflösende, detaillierte Videodaten, die 7K beziehungsweise 6K entsprechen, und geben hochwertige 4K-Videos aus. Dank S-Log3 mit einem weiten Belichtungsspielraum von 14+ Stufen werden selbst kontrastreiche Szenen mit feinen Abstufungen und geringer Über- und Unterbelichtung festgehalten.

Die Kameras sind mit der Smartphone-Anwendung Creators' App kompatibel: Die Aufnahmen sind bequem und schnell auf einen Cloud-Dienst hochzuladen, die Kamera aus der Ferne zu bedienen und Bilder von der Kamera auf Mobilgeräte zu übertragen. UVP: Alpha 7C II rund 2.400 Euro; Alpha 7CR 3.700 Euro.

www.sony.de

GOPRO HERO12 BLACK Über Stock und Stein mit 4K-Video

Aqipa, europäischer Distributor für bekannte Marken im Bereich Consumer Electronics und Lifestyle mit Sitz in Kundl in Österreich, ist langjähriger Vertriebspartner des amerikanischen Actionkamera-Herstellers GoPro. Bekannt wurde das Unternehmen zuletzt durch die Übernahme der Vertriebsaktivitäten für die Marken Onkyo und Pioneer. Ganz neu im Fotokamera-Portfolio ist die GoPro Hero12 Black.

Das Flaggschiff-Modell will unter anderem mit dem neu entwickelten Energiemanagementsystem punkten, das eine bis zu zweimal längere Akkulaufzeit als bei seinem Vorgänger verspricht. Weitere Pluspunkte: HDR-Videos in 5,3K und 4K, Unterstützung für Bluetooth-Audiogeräte, einschließlich Apple AirPods, und eine verbesserte HyperSmooth 6.0-Videostabilisierung sowie eine Vielzahl leistungsstarker neuer Kamerafunktionen.

Zu den neuen Funktionen gehört der neue Max Lens Mod 2.0, der ein 177-Grad-Sichtfeld bei 4K mit 60 Bildern pro Sekunde liefert. UVP 450 Euro.

www.aqipa.com

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de